

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Uplatnění a rozvoj agroturistiky v České republice

The Use and Development of Agritourism in The Czech Republic

Student:

Andrea Zemčíková

Vedoucí bakalářské práce:

doc. Ing. Václav Lednický, CSc.

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Andrea Zemčíková**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6501R006 Ekonomika cestovního ruchu**
Specializace: **02 Ekonomika cestovního ruchu**
Téma: **Uplatnění a rozvoj agroturistiky v České republice**
The Use and Development of Agritourism in The Czech Republic

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Metodika zpracování a cíl práce
 3. Teoretická východiska agroturistiky
 4. Agroturistika v České republice
 5. Výsledky průzkumu a analýzy
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy


Seznam doporučené odborné literatury:

FORETOVÁ, Věra a Miroslav FORET. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-X.
ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Přeložili Hana KRUIŠOVÁ a Jitka MÍŠKOVÁ. Praha: Idea Servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. rozš. vyd. Ostrava: Key, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Václav Lednický, CSc.**

Datum zadání: 25.11.2011
Datum odevzdání: 11.05.2012


Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci Uplatnění a rozvoj agroturistiky v České republice vypracovala samostatně pod vedením doc. Ing. Václava Lednického, CSc. a uvedla v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje.

V Uherském Hradišti dne 11.05.2012

.....
vlastnoruční podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala všem osobám, které přispěly ke zdárnému vytvoření této práce. Především děkuji panu doc. Ing. Václavu Lednickému, CSc., vedoucímu bakalářské práce, za poskytování cenných rad, odborných připomínek a materiálových podkladů k práci.

Mé poděkování také patří studijním referentkám Mgr. Boženě Tvrdíkové a Marii Lancouchové za přínosné podněty při zpracování dané práce. V neposlední řadě děkuji i mé rodině za silnou podporu během studia.

OBSAH

1	ÚVOD.....	5
2	METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	7
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA AGROTURISTIKY	9
3.1	Charakteristika cestovního ruchu	9
3.1.1	Pojem cestovní ruch.....	9
3.1.2	Druhy cestovního ruchu.....	10
3.1.3	Formy cestovního ruchu	12
3.1.4	Zelený cestovní ruch.....	13
3.2	Venkovský cestovní ruch.....	14
3.2.1	Charakteristika venkovské turistiky, její cíle a projevy.....	14
3.2.2	Rysy a rozdíly venkovské a městské společnosti	15
3.2.3	Vesnická turistika	19
3.2.4	Chataření a chalupaření	20
3.2.5	Ekoagroturistika.....	21
3.2.6	„Zelené prázdniny“	21
3.2.7	Stezky dědictví.....	21
3.2.8	Agroturistika	22
3.3	Agroturistika	23
3.3.1	Charakteristika agroturistiky	23
3.3.2	Subjekty provozování agroturistiky.....	24
3.3.3	Doprovodné programy agroturistiky	25
3.3.4	Segmenty agroturistického trhu	30
3.3.5	Propagace agroturistiky	33
3.3.6	Organizace činné ve venkovské turistice a agroturistice	34
4	AGROTURISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE	37
4.1	Rozvoj agroturistiky v ČR	37

4.1.1	Podpora rozvoje agroturistiky.....	39
4.1.2	Překážky rozvoje venkova	40
4.1.3	Rozdělení zemědělských regionů podle poptávky	41
4.2	Význam agroturistiky	42
4.2.1	Význam agroturistiky pro zemědělské podnikatelské subjekty.....	42
4.2.2	Význam agroturistiky pro obce	42
4.2.3	Význam agroturistiky pro regiony a stát	43
4.3	Negativní aspekty agroturistiky	43
5	VÝSLEDKY PRŮZKUMU A ANALÝZY	45
5.1	Dotazníkový výzkum	45
5.1.1	Vyhodnocení otázek dotazníkového výzkumu	46
5.1.2	Shrnutí výzkumu.....	68
5.2	SWOT analýza agroturistiky v ČR	71
6	NÁVRHY A DOPORUČENÍ.....	74
7	ZÁVĚR	77
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	80
	SEZNAM ZKRATEK.....	84
	SEZNAM OBRÁZKŮ	
	SEZNAM TABULEK	
	SEZNAM GRAFŮ	
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
	SEZNAM PŘÍLOH	

1 Úvod

Cestovní ruch patří celosvětově mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví, která se dynamicky rozvíjí. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznávání. Ovlivňuje mnoho dalších hospodářských odvětví (např. doprava, stavebnictví apod.), které pro něj pracují a je-li správně rozvíjen, má výrazné ekonomické přínosy. Podílí se také na růstu HDP země, pomáhá vytvářet pracovní místa, umožňuje zvýšení příjmů domácností a oživuje kulturní, historické, technické či přírodní atraktivitu.

Česká republika má výborné podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Kromě výhodné polohy ve středu Evropy, značných kulturních, historických a technických památek má ČR velké přírodní bohatství, množství přírodních zajímavostí, dobře značenou síť turistických tras a stezek, mnoho zemědělských podniků s různorodou zemědělskou produkcí apod. Zmíněná fakta jsou dobrým předpokladem pro rozvoj venkovské turistiky. Zájem o danou turistiku se v České republice objevil již v devatenáctém století jako reakce na stres a špinu rodících se průmyslových měst, moderní venkovská turistika se ale začala prosazovat v sedmdesátých až devadesátých letech dvacátého století a je v mnoha ohledech odlišná. V současné době se cestovní ruch rozvíjí ve venkovské krajině všeho druhu. Po tom, co se vymanil z velkých a specializovaných středisek a dostal se do malých měst a vesnic, se stal skutečně venkovským.

V České republice se tato forma venkovské turistiky začíná postupně rozvíjet. Samotná agroturistika je významnou podnikatelskou činností, která může být pro venkov potenciálním zdrojem příjmů a nových pracovních příležitostí. Rozvoj agroturistiky je užitečný nejen pro zemědělce, ale i pro ostatní obyvatele venkova, kteří mohou přispívat k rozvoji vesnice, obce nebo regionu. Zkušenosti v dané oblasti podnikání je možné čerpat např. v zemích, kde je agroturistika dlouhodobě úspěšně rozvíjena (nesmíme však zapomenout na specifické podmínky českého zemědělství a České republiky v souvislosti s daným podnikáním).

Téma mé bakalářské práce „Uplatnění a rozvoj agroturistiky v České republice“ jsem si vybrala především proto, že se v dnešní době dostává do popředí ekologické myšlení, tzn. čím dál víc je společností kladen důraz na ochranu životního prostředí, souznění s přírodou

apod. A právě venkovský cestovní ruch, konkrétně agroturistika a ekoturistika, je forma cestovního ruchu, která je ve spojení s přírodou a ekologií. Každého občas napadne, jaké by to bylo opustit pracovní shon, vypnout mobilní telefony, počítače a vrátit se do časů, kdy se čas neměřil na hodiny, ani na dny, ale na roční období, čas zasít, čas sklízet, čas vítání jara či Vánoc i čas odpočívat. Krása venkova láká většinu lidí kvůli souznění s přírodou a zvířaty a právě ČR má mnoho zákoutí, kde tento druh CR může růst a vyvíjet se. Proto se chci podílet, i když nepatrně, na budování cesty k rozvoji agroturistiky v České republice.

2 Metodika zpracování a cíl bakalářské práce

Teoretické poznatky, které budou použité v bakalářské práci, jejíž téma zní „Uplatnění a rozvoj agroturistiky v České republice, budou čerpány z odborné literatury a z internetových portálů týkajících se daného tématu. Předložená práce se skládá ze dvou částí, a to z teoretické a praktické.

V teoretické části mé práce bude nejprve vysvětlen pojem cestovní ruch, jeho druhy a formy. Poté bude následovat zaměření se na zelený cestovní ruch. V této podkapitole bude věnována pozornost popisu venkovského cestovního ruchu, jeho jednotlivým formám, projevům a cílům. Dále budou upřesněny rozdíly a rysy venkovské a městské společnosti a příklady činností, které jsou pro ně typické. Následující podkapitola se bude podrobně zabývat agroturistikou. Kromě samotného vymezení pojmu zde budou popsány i její doprovodné programy, turistika vztahující se k agroturistice (cykloturistika, pěší turistika, hipoturistika apod.), ale také propagace agroturismu, její význam a negativa. Specifikovány však budou i segmenty agroturistického trhu (skupiny účastníků), subjekty provozování daného typu podnikání a organizace činné ve venkovské turistice a agroturistice.

Ve čtvrté kapitole, která se věnuje agroturistice v ČR, bude popsán rozvoj této formy cestovního ruchu v ČR. Zaměříme se na překážky a podporu rozvoje agroturistiky a také na rozdělení zemědělských regionů podle poptávky. Abychom mohli posuzovat stav agroturistiky v naší republice, bude ke srovnání uvedeno několik příkladů agroturistiky v zahraničí a jejich nabídky služeb.

Důležitou roli v mé práci hraje dotazníkový výzkum. Zmiňovaný dotazník byl zaměřen nejen na lidi, kteří se již zúčastnili agroturisticky zaměřené dovolené, ale i na potenciální návštěvníky. Otázky byly vytvořeny tak, aby zjistily, jak často a jestli vůbec lidé navštěvují agrofarmy, zda jsou spokojeni s nabídkou agrofaremu, s jejich ubytovacími a stravovacími službami, atrakcemi, o co by tuto nabídku rozšířili apod. V neposlední řadě se dotazník zabývá propagací agrofaremu a agroturistiky jako celku. Na základě výsledků z dotazníkového výzkumu, nastudované literatury a dalších materiálů budou vyvozeny závěry, ze kterých bude sestavena SWOT analýza. Ta odhalí nejen silné a slabé stránky agroturistiky v ČR, ale i její příležitosti a hrozby. Nakonec budou na základě všech zjištěných skutečností vytvořeny

návrhy a doporučení, které by měly pomoci rozvíjet v ČR agroturistiku, popřípadě zvýšit její úroveň.

Cílem mé bakalářské práce je přiblížit pojem agroturistika a výrazy s ním spojené, objasnit, jak se daná turistika rozvíjí v ČR, zjistit názory účastníků a potencionálních návštěvníků agrofaremu na nabízené služby, atrakce a propagaci a zjištěné informace, spolu s vytvořenou SWOT analýzou použít k nastínění možných návrhů a doporučení, které by vedly k většímu uplatnění a rozvoji agroturistiky v ČR.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA AGROTURISTIKY

3.1 Charakteristika cestovního ruchu

3.1.1 Pojem cestovní ruch

Cestovní ruch může být definován hned několika způsoby. Jednotliví autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto jevu. Aby bylo možno cestovní ruch plánovat, řídit, vyhodnocovat a sledovat, je důležitá co možná nejpřesnější definice daného jevu. F.W. Ogilvie (1933) vnímá cestovní ruch jako ekonomický jev spojený se spotřebou nehmotných a hmotných statků. Tato spotřeba statků je hrazena z prostředků získaných v místě trvalého bydliště. Uvedená definice je ekonomicky laděná a považuje cestovní ruch za součást spotřeby obyvatelstva, u které se kupní fondy přesouvají do míst cestovního ruchu. Dle AIEST (Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu) je cestovní ruch definován jako „souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z pohybu nebo z cestování osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem zaměstnání a bydlení“. [13]

Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu, která byla uspořádána Světovou organizací cestovního ruchu v Ottawě (Kanada) v roce 1991, považuje za cestovní ruch činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž je hlavní účel cesty jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Nemůže se tedy jednat o trvalý či přechodný pracovní poměr. Může to však být cesta služební, obchodní či jinak pracovně motivovaná, jejíž zdroj úhrady vyplývá z pracovního poměru u zaměstnavatele v místě sídla firmy nebo v místě bydliště. U mezinárodního cestovního ruchu je přechodná doba maximálně jeden rok, u domácího cestovního ruchu je to šest měsíců. [2]

Pro vymezení cestovního ruchu se často používají i jiné pojmy, které však nejsou synonymem pojmu cestovní ruch ani v případě, že jsou vykonávány mimo místo trvalého bydliště a ve volném čase. Mluvíme o zotavení, rekreaci, turistice, případně o dalších termínech. Zotavení představuje všechny činnosti spojené s odstraněním únavy člověka (zdravý spánek, zdravá výživa), a také činnosti, které jsou změnou každodenního stereotypu (údržba domu, práce na zahrádce apod.) a jsou vykonávány ve volném čase. Rekreace (např. cvičení pro tělesnou kondici, golf, rizikové aktivity, individuální sporty, vodní sporty, týmové hry, lov zvěře a ryb, tanec aj.) netvoří celou podstatu cestovního ruchu, ale je jedním

z jeho základních druhů. Turistika je zase součástí a aktivitou sportovního cestovního ruchu (např. pěší turistika, cykloturistika). [4]

V odborné literatuře můžeme nalézt řadu různých kritérií systematiky cestovního ruchu, jež třídí a definují cestovní ruch do druhů, forem, typů atd. [13]

3.1.2 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme charakterizovat z hlediska druhů CR, které berou v úvahu způsob jeho realizace. Podle způsobu realizace můžeme CR členit a to následovně:

Z hlediska území, na kterém probíhá, rozlišujeme:

- a) domácí cestovní ruch** - cesty uskutečňované domácím obyvatelstvem na území jejich státu,
- b) zahraniční cestovní ruch** – účastníci vždy překračují hranice svého státu (z pohledu určitého státu můžeme ještě rozlišit výjezdový, příjezdový a tranzitní cestovní ruch):
 - výjezdový cestovní ruch (pasivní cestovní ruch, outgoing – občané dané země vyjíždí do zahraničí),
 - příjezdový cestovní ruch (aktivní cestovní ruch, incoming – zahraniční návštěvníci přijíždí do dané země),
 - tranzitní cestovní ruch – průjezdy zahraničních účastníků CR (aby dosáhli cíle své cesty v jiném státu) přes území určitého státu. [1]

Podle délky pobytu rozlišujeme cestovní ruch:

- a) krátkodobý** – zpravidla je doba pobytu do 3 přenocování,
- b) dlouhodobý** – jedná se o více než 3 přenocování (ne však více než 1 rok v zahraničním CR a ne více než 6 měsíců v domácím CR). [1]

Podle vlivu na platební bilanci státu, můžeme sledovat cestovní ruch:

- a) aktivní** – příliv devizových prostředků do platební bilance státu díky příjezdům zahraničních návštěvníků,
- b) pasivní** – za účelem nákupu zboží a služeb v určité zemi obyvatelé jiné země odčerpávají devizové prostředky dané země (mění si tuzemskou měnu za zahraniční). [1]

Podle způsobu zabezpečení cesty a pobytu dělíme cestovní ruch na:

- a) **organizovaný** – cestovní kancelář nebo jiný podnikatelský subjekt zajišťuje cesty i program – účastník si kupuje předem připravený soubor služeb (zájezd),
- b) **neorganizovaný** – program a veškeré služby (např. rezervace letenek, výměna valut atd.) si zabezpečuje účastník sám nebo částečně využívá služeb zprostředkovatelů. [1]

Podle příslušnosti účastníků ke skupině můžeme rozlišit:

- a) **individuální cestovní ruch** – účastník cestuje sám nebo se členy své rodiny,
- b) **skupinový cestovní ruch** – skupina účastníků, kteří se znají, cestuje a tvoří zpravidla kolektiv z jednoho podniku, školy, zájmového sdružení. [1]

Podle způsobu financování (z jakých zdrojů jsou hrazeny výdaje spojené s cestováním a pobytem) můžeme rozdělit cestovní ruch na:

- a) **komerční (volný)** – účastník si veškeré výdaje hradí z vlastních zdrojů,
- b) **sociální (vázaný)** – část výdajů na pobyt a cestování je hrazena z příspěvků příslušné organizace a účast na cestovním ruchu je vázána splněním určitých podmínek (např. mít doporučení lékaře). [1]

Podle dopadu na životní prostředí hovoříme o tzv.:

- a) **měkkém cestovním ruchu** – snaží se co nejvíce využívat místních zdrojů (původní obydlí, tradiční způsob života atd.) a minimálně narušuje přirozené prostředí v navštíveném místě,
- b) **tvrdém cestovním ruchu** – nebere ohled na místní tradice a maximálně využívá všechny zdroje daného místa, působí výrazné změny v původním životním prostředí. [1]

3.1.3 Formy cestovního ruchu

Základní formy cestovního ruchu

Mezi základní formy cestovního ruchu patří rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací a vzdělávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch a léčebný (lázeňský) cestovní ruch.

Rekreační cestovní ruch představuje obnovu duševních a fyzických sil člověka. Je to nejrozšířenější forma v rámci celého cestovního ruchu. Kulturně-poznávací a vzdělávací cestovní ruch zvyšuje odborné a kulturní úroveň lidí, kdy cílem jsou památky, festivaly, výstavy a další akce. Patří sem i studijní cesty a stáže, v praxi bývá často spojována s rekreační formou. Do sportovně-turistického cestovního ruchu patří nejenom aktivní provozování určité sportovní činnosti, ale i účast na sportovních utkáních jako diváci. Hlavním prvkem léčebného a lázeňského cestovního ruchu je relaxace a péče o zdraví a může být opět spojen s rekreací. Řadíme sem zejména pobyt u moří s očekávaným účinkem slunce a slané vody na kožní onemocnění.

Specifické formy cestovního ruchu

Kromě již zmiňovaných základních forem cestovního ruchu existují i tzv. specifické formy. V dnešní době existuje celá řada specifických forem cestování, od těch klasických až po ty nejmodernější, které jsou výsledkem životního stylu obyvatel a nastupujících trendů. Tyto formy cestovního ruchu jsou odvozeny od konkrétní činnosti, která je příčinou, proč se člověk rozhodne cestovat. Ke specifickým formám cestovního ruchu patří cestovní ruch mládežnický, rodinný, seniorů, lidí s tělesným handicapem, městský, kongresový a incentivní, chatařský a chalupářský, náboženský, zábavní a atrakční, gastronomický, cykloturistika, mototuristika, golfová turistika, sportovní lov, rybolov, karavanová turistika, nákupní turistika, venkovský cestovní ruch („rurální“, tj. spojený s venkovem), součástí je agroturistika, případně ekoagroturistika a další. [12], [13]

3.1.4 Zelený cestovní ruch

V současné době se stále více prosazuje celá řada nových forem cestovního ruchu, které spojuje ohleduplnost vůči historickému a kulturnímu bohatství, vůči přírodě i celému životnímu prostředí, šetrnost vůči cílovým místům cestovního ruchu i ohleduplnost ve vztazích mezi lidmi. Mezi tyto nové formy turismu, které jsou zahrnuty do tzv. zeleného cestovního ruchu, patří ekoturistika a venkovský cestovní ruch, pod který spadá vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, chataření a chalupaření. [9]

Ekoturistika

Ekoturistika je chápána jako putování přírodou a její pozorování, proto se rozvíjí především v krajinářsky a přírodně hodnotných oblastech s trasami jak pro jednodenní, tak i pro vícedenní pochody (zejména národní parky, CHKO apod.). Podle WTO¹ dělíme ekoturistiku do dvou hlavních kategorií. První je „turistika založená na přírodě“ (tzv. nature-based tourism), při které je hlavní motivací turistů pozorování a obdivování přírody. Druhou kategorií je „ekoturistika“. Ta je definována jako turistika založená na přírodě, která ale v sobě obsahuje také prvky interpretační a vzdělávací. Obecně ji organizují vysoce specializovaní, malí touroperátoři ve spolupráci s destinačními partnery. Partnery jsou většinou malé místní podniky. Ekoturistika podporuje hostitelské komunity, přírodní území a orgány pečující o ochranu přírody, poskytuje místní komunitě příležitosti k výděлку a alternativní pracovní místa a zvyšuje povědomí o potřebě chránit kulturní a přírodní hodnoty. Nejvhodnějším dopravním prostředkem pro ekoturistiku je šetrné použití kola. Je tedy často propojena s cykloturistikou. [7], [12]

Podnikatelé v této oblasti často patří mezi ochránce přírody, proto jsou nabídky agentur koncipovány tak, aby turisté při své dovolené neublížili planetě Zemi nebo jí dokonce i pomohli. Tento typ dovolené bývá v západní Evropě označován jako zelené prázdniny. Mezi nabídkou touroperátorů se objevuje možnost strávit týden v zapomenuté domorodé vesnici

¹ WTO (World Trade Organization) - Světová organizace cestovního ruchu. Základním úkolem této mezivládní organizace je podpora, propagace a rozvoj mezinárodního cestovního ruchu s cílem napomáhat hospodářskému rozvoji členských zemí, mezinárodnímu porozumění a všeobecnému respektování a dodržování základních svobod a lidských práv. V současné době sdružuje WTO 142 států jako řádných a plnoprávních členů a dále nad 350 přidružených členů, tzv. pozorovatelů, kterými jsou zástupci soukromého sektoru, asociace cestovního ruchu, vzdělávací instituce, lokální vlády apod. Sídlem této organizace je Madrid. [15]

v africké Zambii a přispět tím na rozvoj zdejších školních programů. Další variantou je uklízení pláží v turisticky zatížených regionech. Také se zde objevuje pobyt na biologické základně v amazonském pralese s možností pozorovat zdejší faunu a flóru. Není potřeba jezdit na konec světa zachraňovat exotické zvířecí druhy před vyhynutím, protože ekoturistickou myšlenku naplňuje i vysazení každého jednoho stromu v České republice na Šumavě nebo v Krušných horách. [1]

3.2 Venkovský cestovní ruch

3.2.1 Charakteristika venkovské turistiky, její cíle a projevy

Venkovský cestovní ruch, tzv. rural tourism nebo také zelená turistika, zahrnuje soubor činností spojených s pobytem a cestováním lidí ve venkovském prostředí. Často jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování v různých ubytovacích zařízeních na venkově a ve vesnických domech, kde je součástí nabídky i možnost stravování nebo vlastní přípravy stravy. Je zde také možnost zapojit se do různých činností spojených s pobytem na venkově. [3]

Významným motivem k pobytu na venkově o dovolené ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi je lepší kvalita životního prostředí, zejména méně hluku, čistější ovzduší, rozsáhlá krajina, tradice, zvyky, folklor, rozmanitá fauna a flóra. [7]

Typickými projevy venkovské turistiky v českých podmínkách je ohleduplný vztah k přírodě a krajině (krajina je tedy turistickou atrakcí, o kterou pečujeme a kterou dále zvelebujeme), komorní (rodinné) zázemí, pochopení pro individuální aktivity turistů a návštěvníků, decentralizované ubytování s omezenou ubytovací kapacitou a zázemí v horských a podhorských oblastech. Omezená ubytovací kapacita umožňuje eliminovat negativní dopady, které s sebou nese ohromné soustředění lidí v turistických centrech, kteří způsobují devastaci krajiny po dobu turistické sezony (tento jev označujeme slovním spojením “masová turistika”). [1]

Jedním z cílů rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit místní obyvatelstvo do poskytování služeb v oblasti této turistiky. Proto je důležitá odborná připravenost poskytování služeb, otevřenost a vstřícnost venkovské rodiny, ochota podílet se na uspokojování potřeb hostů a schopnost komunikace v cizích jazycích. Není možné vytvořit

atmosféru bez komunikace s hostem, neboť poskytování služeb na přiměřené úrovni všemi podnikateli v oblasti vyžaduje nejen vhodná zařízení umístěná ve venkovském prostředí, ale i bezprostřední interakci hosta a poskytovatele služeb. [3], [7]

Dalším cílem venkovské turistiky je stimulovat rozvoj podnikatelských aktivit na venkově (odlehčit přetížené infrastrukturu měst, respektovat, udržovat a rozvíjet přirozené přírodní prostředí, popularizovat místní tradice, zvláštnosti a krásy a přispívat k jejich udržení a rozvoji, vrátit člověka do přírody, stabilizovat venkovský prostor a omezit migraci venkovského obyvatelstva do měst). [1]

3.2.2 Rysy a rozdíly venkovské a městské společnosti

Nové společenské struktury, které se odlišovaly od tradičních společností na venkově, vytvořila rychlá urbanizace v devatenáctém a dvacátém století. A právě zachování starších způsobů myšlení a života má význam pro udržení venkovského charakteru, který v kombinaci s rekreačními příležitostmi a krajinnými hodnotami na venkově přitahuje turisty z městských aglomerací. Existují velké rozdíly mezi jednotlivými kontinenty a zeměmi (dokonce i uvnitř samotných zemí) a není snadné přesně definovat rysy venkovské společnosti, také proto jsou i dnes cenným kontrolním seznamem tzv. Frankenbergovy venkovské a městské protiklady z roku 1966. [14]

Tab. 3.1: Frankenbergovy městské a venkovské protiklady

Rysy venkovské společnosti	Rysy městské společnosti
Komunita	Společnost lidí
Sociální oblast charakterizující vztahy lidí s málo rolami, ale rozmanitými	Sociální oblast charakterizující vztahy lidí s mnoha překrývajícími se rolami
Jednoduchá ekonomika	Rozmanitá ekonomika
Různé společenské role plní jedna osoba	Různé společenské role plní různí lidé
Malá dělba práce	Velká specializovanost pracovních sil
Připisované postavení	Dosažené postavení
Vzdělání podle dosaženého postavení	Postavení odvozené od vzdělání
Přijetí role ve společnosti	Angažovanost pro dosažení role ve společnosti
Kompaktní síť vztahů	Volná síť vztahů
Lidé, kteří se zde narodili a vyrůstali	Kosmopolité
Ekonomická kategorie je jednou z několika kategorií	Ekonomická třída je hlavní kategorií
Integrace do pracovního prostředí	Odloučení od pracovního prostředí
Stmelování společnosti	Segregace

Zdroj: [14]

Venkovská turistika je spojena s otevřeným prostorem, nízkou hustotou obyvatelstva a s malými sídly obvykle s méně než deseti tisíci obyvateli. Využívání půdy souvisí především se zemědělstvím, ochranou přírodních lokalit a lesnictvím. Vliv tradičních zvyklostí je často velmi silný, proto má společnost sklon k tradicionalismu. Venkovská turistika by měla být umístěna do venkovských oblastí (dle svých specifík), měla by být tradiční ve svém charakteru, což znamená, že poroste organicky a pomalu ve spojení s místními rodinami. Často bude rozvíjena s cílem zajistit dlouhodobý rozvoj dané oblasti a bude řízena na místní úrovni. Venkovská turistika by měla být složena z mnoha druhů, které umožní komplexní obraz ekonomiky, historie a venkovského prostředí.

Typický venkovský cestovní ruch by měl být trvale udržitelný, tzn., že jeho rozvoj by neměl likvidovat místní zdroje, ale pomáhat udržovat zvláštní venkovský charakter dané oblasti. Venkovská turistika je potencionální nástroj ochrany krajiny a přírody a trvale udržitelného rozvoje a neměli bychom na ni pohlížet jako na rozvojový a urbanizační nástroj.

Protikladné rysy turistických center, městské turistiky a letovisek na jedné straně a venkovské turistiky na druhé straně jsou přehledně seřazené v následující tabulce: [14]

Tab. 3.2: Protikladné rysy městské turistiky, TC, letovisek a venkovské turistiky

Cestovní ruch ve městech, v turistických centrech anebo v letoviscích	Venkovská turistika
Málo otevřeného prostoru	Hodně otevřeného prostoru
Husté osídlení	Řídké osídlení
Sídla s více než 10 tisíci obyvateli	Sídla s méně než 10 tisíci obyvateli
Prostředí tvořené stavbami	Přírodní prostředí
Mnoho aktivit pod střechou	Mnoho aktivit v plenéru
Hustá infrastruktura	Slabá infrastruktura
Silná základna zábavních podniků a obchodů	Silná základna pro individuální činnost
Velké podniky	Malé podniky
Firmy celostátních nebo nadnárodních vlastníků	Firmy vlastněné místními podnikateli
Do cestovního ruchu zapojeno mnoho lidí na plný úvazek	Do cestovního ruchu zapojeno mnoho lidí na částečný úvazek.
Žádné zapojení zemědělství či lesnictví	Určité zapojení zemědělství či lesnictví
Pracovníci mohou bydlet daleko od pracoviště	Pracovníci bydlí často blízko pracoviště
Soběstačné turistické zájmy	Turistika podporuje jiné zájmy
Velký počet návštěvníků a turistů	Málo návštěvníků a turistů
Vliv sezónních činitelů je vzácný	Vliv sezónních činitelů je častý
Profesionální řízení	Neprofesionální řízení
Kosmopolitní atmosféra	Lokální atmosféra
Mnoho moderních budov	Mnoho starších budov
Etika rozvoje nebo růstu	Etika konzervatismu a limitování růstu
Obecný dopad	Specializovaný dopad
Rozsáhlý marketing	Zúžený marketing

Zdroj: [14]

Přestože má venkovská turistika jasně vyhraněné rysy, nemůžeme ji definovat jen podle druhu dovolené. Důležitou úlohu hraje způsob řízení, lokalita, intenzita nabízených služeb, integrace s komunitou a další faktory. Následující přehled nám ukazuje typické venkovské a městské dovolené, ale i rozsáhlou kategorii vzájemně se překrývajících aktivit. Prolínání oblastí (tzv. kontinuita) zde může být dost užitečné. [6]

Dovolené, které jsou typicky venkovské

Mezi činnosti typické pro venkovskou dovolenou patří:

- pěší turistika, horolezectví, cyklistika nebo výlety na kole, jízda na koni,
- rybolov na řekách a rybnících, jízda na kanoi nebo na vorech,
- dovolená „za dobrodružstvím“ nebo dovolená v divočině, výlety na sněžnicích,
- lyžování na běžkách, sjezdování na lyžích v málo navštěvovaném místě,
- obdiv ke krajině, venkovské slavnosti (poutě, posvícení, jarmarky, dožínky, dočesné apod.),
- studium přírody v plenéru včetně pozorování ptáků, fotografování, myslivost atd.,
- sporty vyžadující přírodní scenérii, např. orientační závody,
- studium venkovských tradic, výlety do malých měst nebo do vesnic,
- relaxační dovolená vyžadující venkovské prostředí,
- setkání nebo konference menšího významu. [14]

Dovolené, které mohou být venkovské nebo městské či realizovány v turistických centrech nebo letoviscích

Jedná se o činnosti a dovolené typu:

- plavání, plachtění nebo zábavní plavby, rybolov na moři, kempování,
- dovolená na pláži málo nebo středně navštěvované,
- sjezdování na lyžích ve středně navštěvovaném místě,
- sporty vyžadující vybudovanou infrastrukturu polo-přírodního typu, např. golf,
- dovolená kulinařská, zaměřená na poznání tradic nebo na ochranu přírody,
- vzdělávací dovolená, kulturní přehlídky, dovolená věnovaná řemeslům,
- prohlídka památek nebo výlety,
- konference nebo setkání menšího nebo středního rozsahu. [14]

Dovolené, které jsou obvykle typicky městské anebo charakteristické pro turistická centra či letoviska

Sem řadíme tyto dovolené a činnosti:

- prohlídka pamětihodností, dovolená zaměřená na městské tradice a kulturu,
- nákupy, lázně, zoologické zahrady, průmyslová turistika,
- dovolená na pláži velmi navštěvovaném místě,
- sjezdování na lyžích ve velmi navštěvovaném místě,

- důležité konference nebo setkání,
- dovolená zaměřená na zábavu nebo na hazardní hry a dovolená v letoviscích,
- sporty vyžadující vybudovanou infrastrukturu, např. akce mezinárodního významu.

[14]

Venkovský cestovní ruch má celou řadu podob, z nichž nejtypičtější je vesnická turistika, chataření a chalupaření, ekoagroturistika a agroturistika. [9]

3.2.3 Vesnická turistika

Vesnická turistika je forma venkovského cestovního ruchu, která je bezprostředně spjatá s krajinou a přírodou venkova a konkrétním vesnickým osídlením. Náplní vesnické turistiky jsou individuální rekreační aktivity, které využívají atraktivitu konkrétního venkovského prostředí navštíveného místa (louky, rybníky, lesy, místní řemesla či folklor a podobně).

K ubytování jsou využívány rekreační objekty (chaty, chalupy, rekreační domky, sruby), hotely a penziony, historické objekty (rekonstruované mlýny, selská stavení, zájezdní hostince aj.), rodinné domky (pronájem obytných místností). Nemá být vyloučeno ani ubytování v chatové osadě, nebo v kempu. Maximální ubytovací kapacita na jeden objekt je deset pokojů (tři lůžka + přistýlka) nebo čtyřicet lůžek. Stany nebo karavany v kempu nesmí přesáhnout počet padesáti osob nebo dvaceti pěti objektů. Zlimitování ubytovacích kapacit má zamezit nadměrnému soustředění turistů v dané lokalitě a zároveň má umožnit komorní ladění poskytovaných služeb, rodinné zázemí, prostor pro široké uplatnění individuálních aktivit, individuální přístup k hostům atd. Je nezbytné zajistit celodenní stravování nebo minimálně snídani (bufet, restaurace), a to ve všech ubytovacích zařízeních (hotel, chatová osada, kemp, penzion aj.). [8]

Služby účastníkům této formy turistiky poskytují různí provozovatelé stravovacích a ubytovacích služeb, jakož i podnikatelé v oblasti sportovních, společenských, kulturních a dalších zařízení. Jedná se tedy o veškerý cestovní ruch probíhající na vesnici mimo agroturistiku. [9]

Nabídku služeb pro vesnickou turistiku může rozšířit tzv. doprovodný program, který kompletuje celý produkt cestovního ruchu. Jedná se o tyto doprovodné programy: sport (např. jezdecký, rybaření a lov zvěře, koupání, pěší turistika, zimní sporty, cyklistika a horská

cyklistika), kultura (místní pamětihodnosti, atraktivní přírodní lokality, místní tradice včetně muzeí, poutě a posvícení), řemesla (ukázky tradičních řemesel, prohlídky zprovozněných historických objektů, výroba suvenýrů), zájezdní hostince, školy v přírodě, speciální klientela (rekreační služby pro seniory, rodiny s dětmi, invalidní občany, pro mládež, zahraniční návštěvníky apod.). [8]

3.2.4 Chataření a chalupaření

Pobyty na venkově byly důležitou součástí předválečného cestovního ruchu České republiky i vztahů mezi vesnicí a městem. Po druhé světové válce byly tyto původní vztahy mezi venkovem a městem zpřetrhány a touha městských lidí po venkovském prostředí, přírodě a pobytu na venkově nabývala zcela odlišné podoby, a tak se rozvinulo chataření a chalupaření. Důvody velkého rozvoje chalupaření a chataření v minulých letech v České republice byly následující:

- omezené možnosti vycestovat do zahraničí, a to především do západoevropských zemí,
- podniková rekreace nemohla všechny zájemce plně uspokojit, často byla nabídka rekreace v nevhodných termínech a přidělování rekreace bylo výběrové,
- v České republice bylo v malých osadách k dispozici mnoho volných chalup, lidé se snažili přestěhovat do větších sídelních celků (vesnic, měst), díky čemu nemělo mnoho starých občanů nástupce k trvalému užívání uvedených objektů, a místní samosprávě vyhovoval prodej těchto objektů chatařům, kteří je zvelebovali, protože zchátralé objekty již nehyzdily obec a její okolí,
- tam, kde byl nedostatek vhodných chalup pro odpočinek a rekreaci, hlavně v okolí měst, došlo k vyčleňování půdy na výstavbu individuálních chat v chatových koloniích,
- k rozšíření výstavby rekreačních objektů značně přispěla nízká cena nabízených chalup i cena půdy na výstavbu podnikových rekreačních objektů a chat, která byla nízká až symbolická,
- vlastnictví rekreačního objektu bylo v mnoha případech i prestižní otázkou životní úrovně nebo to znamenalo vhodné uložení úspor. [9], [15]

3.2.5 Ekoagroturistika

V posledních letech, zejména, díky zvýšenému zájmu o životní prostředí a ekologické aspekty, nabývá na významu ekoagroturistika, která má obdobné rysy jako agroturistika (jde o specifickou formu agroturistiky), ale odehrává se na ekologicky (organicky) hospodařících zemědělských farmách, tj. na farmách zabývajících se alternativním zemědělstvím. Pro ekologické farmy je charakteristické, že nevyužívají při živočišné a rostlinné výrobě žádné chemikálie, hormonální přípravky, umělá barviva, konzervační přípravky a umělá hnojiva. Zvířata jsou krmena bez používání masokostních mouček a chována přirozeným způsobem. V České republice je hojně využívána zejména turisty z Nizozemí, kterým v přelidněné zemi bez hor a kopců chybí tradiční venkov a nepoškozená příroda. Hosté také chtějí jíst zdravé potraviny, které pocházejí z ekologického zemědělství. Pokud produkty z ekologických farem splňují předepsané mezinárodní standardy, mohou být označeny ochrannou známkou „bio“. Tyto produkty podléhají přísné kontrole. Hovoříme tedy o biopotravinách, bio-produktech. [1], [7], [12]

3.2.6 „Zelené prázdniny“

Jde o produkt cestovního ruchu s garantovanou „eko“ kvalitou, který je na trhu již od roku 1993. Zelené prázdniny jsou cíleny na destinace a podnikatele a v současné době se rozšiřují pravidla pro „eko“ certifikaci služeb cestovního ruchu. [12]

3.2.7 Stezky dědictví

Novým produktem venkovské turistiky jsou tzv. stezky dědictví, ve kterých jde o dobře propojenou síť kulturního a přírodního bohatství, služeb a zařízení v dané oblasti, sloužící pro určité skupiny návštěvníků (jednotlivci a skupiny do 18 osob), včetně jízdy na koni a „easy dovolené“ (vlastní auto), ubytování s orientací na pěší a cyklo dovolenou, a to bez průvodce, nebo s průvodcem (ECEAT CZ, 1999). Tyto stezky zahrnují různé typy environmentálně příznivého cestovního ruchu: hipoturistiku, agroturistiku, krasovou turistiku, silvoturistiku, gurmánský cestovní ruch (např. návštěva vinných sklípků), turistiku vodní, pěší a cykloturistiku. Stezky dědictví jsou protíváhou masové turistiky a v České republice probíhají v pěti regionech, a to v severních Čechách, na Vysočině, na severní Moravě, na Šumavě a na jižní a jihovýchodní Moravě. Cílovou skupinou této formy cestovního ruchu je „střední vrstva“ zákazníků nejen z Čech, ale i ze zahraničí, zejména z Holandska a Belgie. [15]

3.2.8 Agroturistika

Agroturistiku spojujeme s uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu na selské usedlosti nebo na zemědělském hospodářství. Jedná se o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek a je s ní spojená i práce na zemědělském hospodářství a získání netradičních zážitků s poznáváním života. Dále jde o různé typy řemesel a tradic, možnost sportovně-rekreačních aktivit nebo přímou účast na typických farmářských činnostech. [3]

3.3 Agroturistika

3.3.1 Charakteristika agroturistiky

Agroturistika je specifickou formou venkovského cestovního ruchu, která vedle bezprostředního využívání krajiny a přírody venkova je charakteristická přímým vztahem k usedlostem (budovám) se zemědělskou funkcí nebo zemědělským pracím. Patří mezi tzv. měkké formy cestovního ruchu² a můžeme ji označit též jako dovolenou na statku nebo agrární cestovní ruch. Je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší, doplňková činnost sloužící k získání dodatečných finančních prostředků s tím, že dominantní činností by měla být zemědělská výroba. [7], [9]

Je představována činnostmi na farmě i v okolním prostředí, souhrnem služeb (stravovacích, ubytovacích a ostatních), ale i možnostmi zážitků, které zemědělský subjekt poskytuje (prodává) návštěvníkům za účelem odpočinku a rekreace. Jde tedy o cestovní ruch v objektech středních a větších zemědělských podniků nebo na zemědělských farmách. [9]

Vesnická turistika a agroturistika společně profitují především z přírodního, ale i kulturního bohatství místního prostředí a jsou spojeny s vesnickým osídlením. Odlišují se zejména rekreačními aktivitami, ubytováním i charakterem života v období rekreačního pobytu na vesnici. Zřetelnou odlišnost můžeme vidět zejména u agroturistiky na rodinné farmě, jejímž podstatným znakem je spolužití s farmářskou rodinou. [9]

Agroturistika je významnou podnikatelskou činností, která může být pro venkov potenciálním zdrojem nových pracovních příležitostí a příjmu. Tato forma turistiky se začíná postupně rozvíjet i v České republice (dané tématice se budeme věnovat v kapitole 4). Zkušenosti v této podnikatelské oblasti je možné čerpat ve vyspělých zemích Evropy, kde je agroturistika dlouhodobě úspěšně rozvíjena a přímo i nepřímo podporována vládními i nevládními institucemi a organizacemi (např. zemědělské komory, občanská a profesní sdružení). [11]

² Měkké formy cestovního ruchu – snaží se co nejvíce využívat místních zdrojů (původní obydlí, tradiční způsob života atd.) a minimálně narušuje přirozené prostředí v navštíveném místě. [2]

Agroturistický byznys má význam zejména pro oblasti zemědělsky málo produktivní, kde je nutné vzhledem k udržení určité úrovně a osídlení krajiny poskytnout obyvatelstvu možnost dodatečných příjmů. Agroturistiku můžeme provozovat v průběhu celého roku s tím, že bude kulminovat v určitých ročních obdobích. [8]

3.3.2 Subjekty provozování agroturistiky

Tato forma venkovského cestovního ruchu představuje jedinečnou symbiózu turistiky a zemědělství. Umožňuje zemědělskému podnikateli realizovat část vlastní zemědělské produkce (živočišné i rostlinné) bez zbytečných mezičlánků přímo na farmě (stravování a prodej potravinových surovin hostům farmy) a zároveň přináší farmě již zmiňovaný dodatečný, často nezanedbatelný příjem. Pro nejpočetnější klientelu, tj. pro rodiny s dětmi, může být zajímavý fakt, že levnější vstupy umožňují přijatelné ceny za ubytování. [15]

Agroturistika na rodinné farmě

Turisté jsou ubytováni na rodinné farmě nebo v rekreačních objektech, které jsou ve vlastnictví, nebo užívání zemědělského podnikatele, např. v srubech, chatách, rekreačních domcích. Jedná se o decentralizované ubytování turistů v téměř rodinném prostředí s dalšími atributy, které může nabídnout jen vesnická nebo zemědělská usedlost. Minimální standard vybavení ubytovacího zařízení odpovídá standardu ubytování v soukromí. Maximální ubytovací kapacita činí 25 lůžek, protože limitování ubytovací kapacity je nezbytným předpokladem pro zvýraznění specifik agroturistiky na rodinné farmě, a to jak ve vztahu k prostředí, kde se realizují (rozvoj individuálních aktivit při minimalizaci zatížení přírody a krajiny lidským faktorem), tak ve vztahu k nabízeným službám. [15]

Turista se volně pohybuje v provozním prostředí zemědělského podnikatele a má možnost se seznámit se vším, co tvoří zemědělskou usedlost. Tím myslíme zejména hospodářská a domácí zvířata (psi, kočky, ovce, krávy, kozy, prasata, drůbež aj.), hospodářské objekty a nemovitosti (stodoly, chlévy, stáje, zemědělské nářadí a stroje apod.). Provozovatelem agroturistiky na rodinné farmě je podnikatel v zemědělské výrobě a je definovaný jako fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu. Tato osoba je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu. Je důležité, že tato forma ubytování je volnou živností a při jejím provozování není třeba prokazovat odbornou způsobilost. Zemědělští podnikatelé mohou prodávat svým hostům vlastní výrobky v podobě surovin, nebo polotovarů. Hosté si však mohou vařit sami, či se stravovat v místních hostincích nebo restauracích.

K poskytování kompletních stravovacích služeb (poskytování více než deset hlavních jídel za den) je třeba prokazovat odbornou způsobilost (jedná se o živnost koncesovanou), a proto se nedoporučuje je hostům farmy nabízet. [15]

Agroturistika provozována jinými zemědělskými subjekty

Ubytování je zpravidla poskytováno v rekreačních objektech nebo penziónech a hotelích ve vlastnictví, nebo užívání zemědělského podniku. Na jeden rekreační objekt činí maximální ubytovací kapacita 12 lůžek, v hotelích a penziónech 50 lůžek nebo 25 pokojů na jeden objekt. Limitování ubytovacích kapacit má zamezit nadměrnému soustředění turistů v dané lokalitě a má upevnit víceméně komorní ladění turistických programů. Zejména u penziónů a hotelů je třeba počítat s tím, že je nutno prokazovat odbornou způsobilost, protože jde o živnost koncesovanou. Je nezbytné zajistit po celých 24 hodin recepční službu. Specifičnost spočívá v přímém spojení turistů se zemědělským prostředím, kdy lesy, pole, louky, rybníky jsou ve vlastnictví, nebo v pronájmu zemědělského podnikatele. [15]

Podnikatelé mají možnost poskytovat speciální služby, resp. výukové služby. Tyto služby mají přirozené zázemí v zemědělském hospodářství nebo na něho organicky navazují (jezdecká škola, honitba, myslivost, sportovní rybolov atd.). Podnikatelé v zemědělské výrobě mohou za výhodných podmínek realizovat prodej a další zpracování vlastní živočišné i rostlinné produkce. V penziónech a hotelích je nezbytné zajistit celodenní stravování, nebo minimálně poskytovat snídani. Provozovateli jsou podnikatelé, tj. fyzické nebo právnické osoby, kteří podnikají v oblasti zemědělské prvovýroby a služeb pro zemědělství. [15]

3.3.3 Doprovodné programy agroturistiky

Dobře organizovaná turistika obsahuje kromě ubytování a zajištění stravování turistů i řadu zajímavých a atraktivních doprovodných programů. Ty kompletují celý produkt cestovního ruchu, resp. dávají mu osobitý charakter. Nemluvíme jen o programech organizovaných přímo ubytovatelem, ale zejména o zprostředkovaných aktivitách ve vazbě na okolí (pamětihodnosti, přírodní zvláštnosti, místní atrakce apod.), o kterých ubytovatel informuje hosty, resp. je zprostředkovává. Díky doprovodným programům může podnikatel učinit svou nabídku výjimečnou a umožňuje mu i určitou specializaci. Spolupráce podnikatelů v této oblasti se vyplácí, protože vzájemné doporučování služeb je nejlevnější reklamou firmy.

Mezi doprovodné programy agroturistiky patří:

- **stravování** - nabídka stravy by měla být spjatá s vesnicí a zemědělstvím, tudíž by se mělo jednat o typickou venkovskou stravu, která se může skládat například z vypěstovaných biopotravin (kulajda, houbová smaženice, kyselo, bylinné čaje apod.),
- **zemědělské činnosti** - rekondiční akce, u kterých mohou turisté pomáhat při úklidu stájí a chlévů, senoseči, žních, pasení hospodářských zvířat aj.,
- **projížd'ky na koních a jezdecké školy** - jde o důležitou atraktivitu, kterou lze doplnit i projížd'kami bryčkou nebo kočárem, a díky které se turisté mohou naučit jezdit na koni,
- **lov zvěře a rybaření** - závisí na celkovém zázemí farmy nebo zemědělského podniku, tj. na rozsahu vlastnictví rybníků a lesů,
- **houbaření, sběr lesních plodin** - turisté mají možnost sbírat houby (s poučením, které houby jsou jedlé - pokud se v nich příliš neorientují) a lesní plodiny (maliny, borůvky, jahody),
- **letní a zimní sporty** - důležitou roli zde hraje charakter okolní krajiny, kde nabídku mohou tvořit cyklistika, pěší turistika, koupání, v zimě pak lyžování, sánkování, bruslení (v dnešní době i jízdy se psím střežením) apod.,
- **řemesla** - turisté mohou vidět ukázky tradičních řemesel (mlýny, kovárny, krajkářství, bednářství aj.), vyrobit si suvenýry a zúčastnit se prohlídek zprovozněných historických objektů (lihovary, větrné a vodní mlýny, železnice aj.),
- **ostatní doprovodní programy** - prohlídka místních pamětihodností, přírodních zvláštností, seznámení se s místními zvyklostmi, národopisními tradicemi (poutě, posvícení) apod. [14], [15]

Konkrétní podoba doprovodných programů bude vždy do značné míry závislá na samotném charakteru zemědělské výroby provozovatele agroturistiky, na charakteru obce a její vybavenosti i na charakteru širšího okolí a zázemí regionu. V dalších doprovodných programech může agroturistika navázat i na produkty venkovské turistiky. Agroturistika úzce souvisí i s mnoha specifickými formami a činnostmi cestovního ruchu. Činnosti, kterým se můžeme v rámci agroturistiky dále věnovat, jsou shrnuty níže. [9], [14]

Hipoturistika

Hipoturistika je forma cestovního ruchu, která je spojená s jízdou na koni. Je perspektivním subproduktem venkovské turistiky, jež se soustředí na cestování v koňském sedle. Hipoterapii, hiporehabilitaci a jezdeckou turistiku je vhodné rozvíjet právě v souvislosti s rozvojem agroturistiky při ubytování na selském dvoře, či na venkově. Její formy mohou být jak rekreační, tak i sportovní. Rozvoj hipoturistiky nastal v 90. letech a má předpoklady rozvíjet se v lokalitách vázaných na chov koní. Účastníci hipoturistiky mají možnost pobytu na koňské farmě, nebo horstelu³. Součástí hipoturistiky jsou i vyhlídkové jízdy kočárem, pro které jsou výhodné málo frekventované komunikace s alejemi. Tento typ turistiky považujeme za perspektivní segment, neboť platí pravidlo, že se vzrůstající životní úroveň roste také využití koní pro rekreaci. V některých oblastech České republiky vznikl (díky bouřlivému rozvíjení se) i generel⁴ značení koňských stezek (jižní Morava a Vysočina), tzn., že stezky byly vyznačeny v terénu a byly vydány propagační publikace včetně adres tzv. koňských stanic. Velikost segmentu však zatím nemůžeme srovnávat např. s objemem a potenciálem cykloturistiky. [7], [12], [13]

Cykloturistika

Cykloturistiku lze definovat jako moderní formu cestovního ruchu, jejíž aktivity jsou spojeny s přírodou, venkovským prostředím a kolem. Jedná se tedy o cestování na kole (nejčastěji pomocí horského kola nebo speciálně upraveného cestovního kola, tzv. trekkingové kolo) zaměřené na poznávání společenských a přírodních zajímavostí v určité oblasti. Motivem pro výběr této formy turistiky je většinou touha po sportování, pobyt v přírodě, pohyb a snaha trávit dovolenou bez auta. V posledním období se zvyšuje kvalita služeb pro cykloturisty, budují se cyklotrasy, cyklostezky. Řada cyklotras je budována v rámci mezinárodního projektu Greenways – Zelené stezky, které jsou určeny nejenom pro cyklisty, ale i pro pěší turisty, lyžaře či pro jízdu na koních. Jsou to trasy, komunikace nebo přírodní koridory, využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, rekreaci a turistiku. Zelené stezky přinášejí užitek v oblasti ochrany přírody a kulturního dědictví, jsou výzvou k zdravějšímu životnímu stylu a udržitelnému využívání místních zdrojů a zlepšují možnosti pro dopravu, rekreaci a turistiku.

³Horstel - hotel s možností ustájení koní hotelových hostů, respektive pronájmu jezdeckých koní. [7]

⁴Generel - označuje ucelený projekt nebo souhrn opatření. [35]

Klub českých turistů (KČT) dělí cyklistické trasy na cyklotrasy a cykloturistické trasy. Samotnému „Klubu českých turistů“ se budu věnovat v části 3.3.6 (Organizace činné ve venkovské turistice a agroturistice). Cyklotrasy vedou po silnicích, dobrých místních a účelových komunikacích. Cykloturistické trasy vedou po horších lesních či polních cestách nebo terénem. Výhodou cykloturistiky a cyklistiky oproti pěší turistice z pohledu uživatele je větší nezávislost na dopravě, větší akční rádius i potenciálně větší sportovní výkon. Významným projektem podporujícím rozvoj cykloturistiky je projekt „Cyklisté vítání“, což je celonárodní certifikační systém, který z pohledu cyklistů prověřuje vybavenost a nabídku stravovacích a ubytovacích služeb, kempů a turistických cílů. Turistická zařízení musí projít certifikací, po které získají označení zelenobílou známkou s usmívajícím se kolem. [1], [12], [13]



Obr. 3.1 Označení certifikace [26]

Pěší turistika

V dnešní době je pěší turistika pravděpodobně populárnější než cykloturistika. Největší oblibě se však těšila přibližně do 70. let minulého století. Znamky určité renesance pěší turistiky se v posledním období objevují zejména v souvislosti s poutními cestami. Inovací této formy turistiky je rovněž tzv. Nordic Walking, tedy chůze s použitím hůlek. Tento způsob chůze je zdravý a jednoduchý pohyb pro všechny bez rozdílu věku a fyzické zdatnosti. K provozování Nordic Walking nám stačí pouze správné Nordic Walking hole a chuť. Pro svou nenáročnost na vybavení a pro to, že umožňuje pohyb i osobám se slabší kondicí, je pěší turistika populární zejména u seniorů. Hlavním nositelem myšlenky pěší turistiky v ČR je historicky Klub českých turistů (KČT). S materiální podporou pro místní rozvoj KČT udržuje prostřednictvím svých dobrovolníků turistické značení v celé zemi, jež reprezentuje cca 400 km lyžařských tras, 1 300 km hipotras (pro koně), 32 000 km cyklotras a 40 000 km pěších tras. [13], [18]

Při návštěvě agrofarmy se turisté mohou zúčastnit také cestovního ruchu souvisejícího se specifickými činnostmi. Mezi tyto činnosti například řadíme:

Birdwatching a birding

Birdwatching je anglický termín používaný k popisu činnosti spojené s pozorováním ptactva. Ve Spojených státech je častěji používán výraz birding. Ten z hlediska rodilých mluvčích přesněji postihuje všechny radosti spojené s pozorováním ptáků a zároveň se vyhýbá eventuálnímu posměšnému významu, který by se dal přeložit jako „civění na ptáky“ (z tohoto důvodu tento termín raději nepřekládáme). [16]

Golfová turistika

Golfová turistika patří mezi oblíbené formy cestovního ruchu v celém světě a rozvíjí se také v našich podmínkách. Výhodou golfu je, že jako samojediná zábava může být náplní i delší dovolené. Golfové turistiky se mohou zúčastnit i hosté agrofarmy, tedy pokud se v blízkosti agrofarmy nachází golfové hřiště. Nevýhodou golfu je vysoká spotřeba vody, chemikálií a energie na udržování hřišť, ale také samotné budování hřišť v enviromentálně senzitivních oblastech, jako jsou národní parky a další cenné lokality. Proto se zastánci přírody a ekologie (např. i návštěvníci ekofaremu) této turistice nemusí příliš věnovat. Všeobecně golfoví turisté patří k segmentu více utrácějících. [13]

Vodní turistika

Můžeme zde rozlišit:

- **vodní sporty** - jedná se o aktivní sportovní činnosti (tzv. rychlostní kanoistika, divoká voda, veslařský sport), jež pro samotný cestovní ruch nemají obzvláštní význam, protože je skupina početně omezená, úzce zaměřená a příliš nevyužívá komerční služby,
- **vodácké aktivity** - jsou velmi populární rekreační aktivity (např. turistická jízda na raftech, kajacích a kánoích); v podmínkách ČR zažila v minulých letech velký boom těchto aktivit řeka Vltava. [13]

Extrémní sporty

Tyto aktivity jsou spojeny s velkou rychlostí, výškou, nebezpečím nebo s akrobatickými kousky. Účastníci jsou především mladí lidé, kteří se snaží dosáhnout limitů svého strachu,

fyzických možností, posunujíc hranice daného sportu. Extrémní sporty zvyšují v účastnících především hladinu adrenalinu v krvi. Výsledný psychický stav však může být také výsledkem zvýšené hladiny hormonů endorfinu a serotoninu.

Patří sem například tyto sporty:

- bodyboarding - způsob zdolání vln,
- base dumping - skok s padákem z pevného místa, např. sochy, skály apod.,
- bouldering - horolezectví bez lana, většinou se provozuje na menších skalách, nebo v tělocvičnách,
- bungee jumping - skoky na pružném laně z vysokých míst (mostů, jeřábů), viz obr. 3.2,
- climbing - horolezectví,
- free-diving - různé druhy potápění,
- ice diving - potápění přímo pod ledem,
- mountain biking - sjíždění velehor na kolech,
- whitewater rafting - sjíždění divokých vod na gumovém člunu,
- windsurfing - speciální surf vybavený plachtou, který se ovládá jejím nastavováním po větru,
- motoskiing - spojení lyží a motorky,
- caving - rekreační zkoumání různých méně přístupných jeskyní. [22]



Obr. 3.2 Bungee jumping [28]

3.3.4 Segmenty agroturistického trhu

Pro agroturistické podnikání je velmi důležitá důkladná znalost požadavků cílové klientely (segmentu). Znalost těchto požadavků může usnadnit komunikaci s hosty, především

s hosty zahraničními. Pro provozovatele agroturistiky je vhodné mít určitý přehled o požadavcích a představách různých zájmových skupin o pobytu na agroturistické farmě a na vesnici. Každá vesnice, každý provozovatel se musí zeptat sám sebe, která cílová skupina a jaký životní styl se hodí do jejího okolí, do jejich obce a jejich rodinné situace. [6], [17]

Rodiny s dětmi

Rodiny s dětmi většinou požadují pestrou nabídku her, kontakt s přírodou a rozmanitými zvířaty, který je však nutno kontrolovat, aby nedošlo k nevhodnému krmení nebo úrazu. Nabídka pro rodiny s dětmi by měla obsahovat venkovní možnosti ke hrám, tj. pískoviště, stromy ke šplhání, prolézačky, houpačky, kolotoč, bazének aj. Vhodné je i ohniště připravené k táboráku a náhradní program plný stolních her pro nepříznivé počasí. [10], [14]

Starší lidé (dosud v pracovním poměru)

Tato skupina požaduje pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, prostory s televizí, časopisy a knihami. Uvítají možnost vzít si s sebou zvířecího společníka. Většinou očekávají pohodlné turistické cesty s odpočívadly a možnosti účasti v programech pro volný čas. Není vhodné je kombinovat s rodinami s dětmi, protože hluk dětí zvyšuje nervozitu starších lidí. [10], [14]

Děti s pedagogickým doprovodem, skupiny dětí (škola v přírodě aj.)

Využívají se zde programy obvyklé pro dospělé, jako jsou návštěvy hradů a zámků, jeskyní, výroben cukrovinek, místních atrakcí, her v přírodě aj. Pobyt na farmách lze realizovat i v menších skupinkách, než je celá třída. Z lékařského hlediska je tato varianta i vhodnější. Rekreační děti podléhá dalším předpisům, zejména stravovacím a hygienickým. V blízkém okolí by měl být dostupný lékař. Pro školy v přírodě lze program připravit předem. [10], [14]

Sportovně založení lidé

Obvykle očekávají plnění svých zvláštních přání týkajících se trénování, jízdy na koních, cykloturistiky, běhu, pěších túr různé náročnosti, tenisu, rybaření, lukostřelby, minigolfu aj. Některé z těchto činností se dají realizovat i na farmě, něco v blízkém sportovním klubu nebo v sousedním městě. Podnikatelé můžou na svých farmách půjčovat i sportovní potřeby, např. jízdní kola. Majitelé farmy by měli mít odborné znalosti o sportech

a znát turistické trasy v okolí. Také by měli být schopni zorganizovat cyklistické hvězdicové výlety, např. po jiných selských dvorech. [10], [14]

Milovníci přírody

Milovníky přírody zajímají převážně pěší túry za zajímavostmi kraje, pozorování zvěře, sbírání lesních plodů, ale i sledování hnízd a ptactva, hledání zkamenělin nebo různých bylin do herbáře. Ekologové mohou pátrat, jak se na farmě zachází s odpady, zda se využívá recyklace apod. Doporučuje se předvádění památek kraje a přírody prostřednictvím videa. Vhodné je mít na farmě alespoň malou knihovničku přírodovědné literatury. [10], [14]

Hosté s dietou

Hosté s dietou očekávají taktní respektování svých chorob žlučníků, srdečních problémů, cukrovky, hypertenze atd. Žádoucí je přizpůsobit jídelníček stavu klientů a nabízet jim produkty farmy, které mohou bez problémů konzumovat. Vhodné jsou pohodlné cesty k vycházkám. Ubytovat je můžeme v kombinaci s důchodci, popřípadě s tělesně postiženými. Hosty s dietou nelze spojovat s rodinami s dětmi a sportovně založenými hosty. [10], [14]

Tělesně postižení

Samozřejmostí by měly být speciální stavební úpravy všech prostor, zejména pro pojízdná křesla. Tělesně postižení lidé potřebují bezbariérové přístupy, nájezdy do obytných prostor farmy. Dále musí být upraveny vjezdy na toaletu, přístup do sprchy, vyřešené chodby a cesty bez schodů. Tělesně postižení se, tak jako ostatní, zajímají o hospodářská zvířata, proto je nutno upravit i přístupy ke kotcům i do chlévů, vjezdy na zahrádku, do altánu, ke grilu v přírodě atd. Lze pro tyto hosty zařídit jízdu na koních, protože hipoterapie je vhodnou léčebnou disciplínou. Vhodné je i plavání a společenské hry. Je nesmírně žádoucí mít dobrý kontakt s nejbližším lékařem v okolí, mít mobil i pevnou telefonní linku. Smíchávat tuto skupinu s ostatními typy hostů se nedoporučuje. [10], [14]

Důchodci

Tak jako starší lidé vyžadují důchodci pokoje se sociálním zařízením, pohodlné sedací soupravy a lůžka, bezpečné schodiště s dobrým zábradlím, nouzové osvětlení schodů a důkladné vytápění pokojů. U této skupiny se nepředpokládá zájem o těžší práci na statku, spíše o krmení drobných zvířat, perliček, ovcí, králíků atd. Důchodce potěší nabídka odpolední kávy nebo čaje s domácím zákuskem. Také rádi konají výlety na místní slavnosti

či poutní místa do nepříliš velké vzdálenosti. Starší lidé rádi přijímají osobní službu, jako je odvoz na rekreaci a zpět. Pokud majitelé farmy věnují této skupině návštěvníků osobní péči, stávají se důchodci jejich stálými hosty. [10], [14]

Absolventi kurzů

Tento segment agroturistiky požaduje vhodné prostředí k výuce, nabídku atraktivních večerních programů a zajímavé okolí pro večerní vycházky. Výuku lze spojit s jinou činností, např. s jízdou na koni, ošetřováním zahrady, pomocí s prací na statku nebo postřikem sadu. Nevýhodou je hlučnost a prudkost zábav intenzivních jazykových kurzů a nezádá si příliš se zábavou skupin klubů. Nelze dost dobře tuto skupinu spojovat s ostatními, vyjma klubů a spolků. [10], [14]

Kluby a spolky

Nabídka pro kluby a spolky je pestrá, od místních tanečních skupin, přes jazzové večery v městečku, až po promenádní koncerty v blízkém lázeňském městě. Lze jim nabídnout pobyty na víkendy, pobyty před sezónou a po ní. Má-li farma zvláštní prostory pro modelování, malování, tkaní, řezbářskou nebo jinou dílničku, je to pro ně velké lákadlo. Tyto skupiny hostů se rády účastní vesnických zábav nebo folkových slavností, cyklistických výletů, různých soutěží a her. Výhodou je, že tito hosté si většinou nestěžují na vybavení statku, chtějí se bavit a jsou štedří. Jsou však i hluční a někdy i podnapilí. [10], [14]

3.3.5 Propagace agroturistiky

Dobrá propagace má obsahovat tři náležitosti: účinnost, pravdivost (tzn. splnění nabízeného) a hospodárnost. Propagace by měla zapůsobit na hosta emotivně, zvýraznit výhody, poskytnout mu náměty k přemýšlení, k rozvoji osobnosti (přírodní a kulturní památky), poskytnout hostům obrázky domu nebo okolí, zapůsobit na hosta ve smyslu čínorodosti. Dále by měla umožnit hostu zážitky a pobavení a především mu dát na vědomí, že on jako host je v popředí zájmu. Propagace farmy a ubytování má být aktuální a zpracovaná tak, aby vynikla v soutěži s ostatními nabídkami jiných podnikatelů. Také má probudit zájem hostů a oslovit žádanou zájmovou skupinu, zvýšit poptávku, a tedy i zvýšit obsazení statku v průběhu roku. [17]

Určitou součástí reklamy je i obchodní název samotného ubytovacího zařízení, neboť zákazník si snadněji zapamatuje výstižný název objektu, než obvyklé konvenční

pojmenování. Ideální stav je, když spokojený zákazník nešetří chválou a reklamu tak šíří dál mezi své známé a přátele a sám se také pravidelně vrací na farmu, která splňuje jeho požadavky. V začátcích naší činnosti však musíme vsadit na klasickou reklamu, protože ještě žádné zákazníky nemáme. [17]

V první řadě si musíme říct, komu jsou naše služby určeny. Starší generace upřednostňuje tištěnou reklamu a mladší generace zase hledá nabídky na internetu. Můžeme tedy inzertovat v časopisech a denících nebo v různých periodikách nebo si vytvořit vlastní internetové stránky, které jsou v dnešní době velmi účinnou formou propagace. Důležité jsou i reklamní tabule (poutače) upozorňující na naše služby, letáky s půvabnými fotografiemi, doplněnými o srozumitelnou mapu, turistická literatura (mapy, pohlednice, turistické informace atd.). Reklamu dále mohou za úplaty zprostředkovat cestovní kanceláře nebo cestovní agentury nebo můžeme využívat i katalogů vydávaných zájmovými profesními sdruženími. Neobyčejně účinným propagačním materiálem jsou pohlednice s adresou ubytovacího nebo stravovacího zařízení. Mají totiž hluboký psychologický dopad a jsou snadno zapamatovatelné. [17]

3.3.6 Organizace činné ve venkovské turistice a agroturistice

ECEAT (European Centre for Ecology and Tourism)

Hlavním oborem této organizace je udržitelný (šetrný) cestovní ruch. Je členem ECEAT International. ECEAT provozuje systém hodnocení „eko“ kvality ubytovacích služeb, tzv. ECEAT Quality Label⁵. Dále předává zkušenosti svých expertů z práce v tuzemsku i zahraničí v podobě poradenských služeb. Vedle toho rozvíjí také nové projekty a produkty, jako je Centrum zelených vědomostí, vzdělávací programy či nové rozvojové projekty, jako jsou již zmiňované Stezky dědictví. Tato organizace má své počátky v Nizozemí v roce 1993, kde byla založena pro realizaci prvního rozvojového projektu financovaného nizozemskou vládou v České republice, v Maďarsku a Polsku. ECEAT byl jako samostatný subjekt založen v roce 1994. Založil ho Michal Burian, a to v podobě Nadace ECEAT. V roce 1994 vydala

⁵ ECEAT QUALITY LABEL - je mezinárodní značka pro podniky cestovního ruchu s přínosem pro udržitelný rozvoj. Podniky jsou hodnoceny podle určitých kritérií a ty podniky, které splní kritéria ECEAT, mohou používat tuto značku. [19]

na letní sezónu velmi jednoduchého průvodce obsahujícího adresy patnácti ekologicky hospodařících farem. V roce 2012 oslaví ECEAT již 18 let od svého založení. [13], [19]



Obr. 3.3 Logo organizace ECEAT [28]

Svaz venkovské turistiky

Jde o dobrovolné, nepolitické profesní sdružení podnikatelů a dalších příznivců ve venkovském cestovním ruchu. Tento svaz byl založen v roce 1997 a je součástí mezinárodní organizace svazů venkovské turistiky Eurogites a členem Hospodářské komory České republiky. Jejich cílem je přispět k ekonomickému, kulturnímu a společenskému oživení venkova, obnově jeho tradic, údržbě krajiny i ke stabilizaci jeho osídlení. Svaz venkovské turistiky prosazuje a hájí zájmy svých členů, pomáhá při rozvoji odborných schopností poskytovatelů služeb ve venkovském cestovním ruchu a zajišťuje kontrolu kvalitativních standardů ubytovacích kapacit na venkově. Svaz ve spolupráci s partnery (zejména s krajskými úřady, agenturou CzechTourism a ECEAT CZ) také pomáhá při propagaci ubytovacích zařízení svých členů. Organizační strukturu Svazu tvoří nejvyšší orgán, kterým je Konference svazu a operativní orgán (představenstvo), které řídí předseda, popř. místopředseda. Dohled nad nimi provádí kontrolní skupina. Výkonným článkem je tajemník. [18]



Obr. 3.4 Logo Svazu venkovské turistiky [27]

KČT – Klub českých turistů

Klub českých turistů byl založen již v roce 1888. Jeho péčí vznikla v českých zemích řada turistických chat, rozhleden, útulků a v neposlední řadě i značení turistických tras, které

s materiální podporou Ministerstva pro místní rozvoj udržuje prostřednictvím svých dobrovolníků. KČT vydává časopis pod názvem Turista. V dnešní době má necelých 40 000 členů, z toho téměř čtvrtinu mládeže. Členové KČT každoročně organizují přes tisíc akcí určených pro členy klubu i neorganizované zájemce o všechny druhy turistiky - pěší, lyžařskou, vodní a cyklo turistiku, vysokohorskou turistiku, mototuristiku, speleoturistiku, turistiku zdravotně postižených a nejnověji i hipoturistiku. [23]



Obr. 3.5 Logo Klubu českých turistů [31]

Kempy a chatové osady ČR – Živnostenské společenstvo

Jde o dobrovolnou, nezávislou organizaci, která sdružuje organizace a osoby, které provozují, budují, projektují nebo jinak využívají auto-kempy, tábořiště, chatové osady či podnikají v oblasti ubytovacích zařízení. Společenstvo vzniklo v roce 1990 a jeho působnosti se vztahuje na území České republiky. Předmětem činnosti uvedeného společenství je usměrňování a koordinace rozvoje v dané oblasti činnosti, zvyšování kvalifikace pracovníků členských organizací a napomáhání členským organizacím v přípravě výstavby nových zařízení se zřetelem na nové poznatky zejména v oblasti ekologie a ochrany přírody. Z pověření Ministerstva pro místní rozvoj ČR je garantem certifikace ubytovacích zařízení kategorie kemp a chatová osada. [7], [21]



Obr. 3.6 Logo organizace Kempy a chatové osady ČR – Živnostenské společenstvo [29]

4 AGROTURISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE

Česká republika disponuje značným přírodním, historickým a kulturním potenciálem. Díky přírodním podmínkám, vysoké hustotě kulturních památek a výhodné poloze ve středu Evropy má velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Značným lákadlem pro turisty jsou také památky zapsané do seznamu UNESCO⁶ a dobré podmínky v ČR nabízí i venkovská turistika se svými produkty (agroturistika, ekoturistika apod.). Velkým pozitivem je hustá a dobře značená síť vzájemně propojených turistických stezek a tras (je zde vysoký potenciál vytváření nových produktů sportovní turistiky, cykloturistiky a širokého souboru produktů, které jsou šetrné k přírodě). [24]

Dalšími dobrými podmínkami pro agroturisticky zaměřený cestovní ruch je i lidský potenciál a komunikační dostupnost jednotlivých obcí. Co je však průměrné a někde i méně vhodné, je ubytování turistů v různých objektech. Situace se liší podle krajů a okresů. [10]

4.1 Rozvoj agroturistiky v ČR

Agroturistika procházela rozsáhlým vývojem v celé Evropě. Velmi rychle se rozvinula například v Itálii, Irsku nebo Francii. V České republice pak hlavně na Šumavě, dále v jižních Čechách a postupně také v dalších turistických oblastech, jako jsou Vysočina (dnes patří mezi nejlákavější díky Českomoravské vrchovině), Valašsko nebo Český ráj (názorné ukázky českých farem jsou uvedeny v příloze č. 3). Rozvoj agroturistiky byl v ČR možný až po roce 1989. V té době docházelo k výrazným změnám venkova souvisejícím s restrukturalizací zemědělské výroby, doprovázené transformací zemědělských podniků, omezováním zemědělské prvovýroby a snižováním počtu pracovníků v ní. Útlumové programy, které byly prováděny v některých částech zemědělské prvovýroby, zároveň vyvolávaly nutnost hledat alternativní řešení především v mimo-produkčních formách zemědělství tak, aby bylo udrženo vesnické osídlení, vytvořeny dodatečné pracovní příležitosti a zachována prosperita. Agroturistika se pak mohla stát určitou možností pro venkov. [15], [32]

⁶ UNESCO - Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) byla vytvořena, aby prostřednictvím kultury, vzdělání a vědy podpořila světový mír. Dnes se k ní hlásí většina existujících států a postupem času se sféra jejího vlivu rozšířila na celou řadu důležitých globálních otázek, avšak nejčastěji se o ní hovoří ve spojitosti s péčí o památky. [33]

Druhou hlavní příčinu rozvoje agroturistiky představoval celosvětový trend „ekologizace společnosti“, jinými slovy návrat k přírodě a bezprostřednímu harmonickému soužití s ní. Přetechnizovaný život ve městech stále více nutí jeho obyvatele vyhledávat bezprostřední styk s přírodou, který je mnohdy spojený s venkovským způsobem života. K tomu poskytuje mnoho příležitostí právě agroturistika. [15]

Rozvoj agroturistiky je užitečný nejen pro zemědělce (farmáře), ale i pro ostatní obyvatele venkova, kteří mohou přispívat k rozvoji vesnice, obce nebo regionu vedle provozování ubytovacích služeb, zprostředkováním dalších činností v oblasti pohostinství, obchodu, pošt, bank, opravárenství, řemeslné výroby apod. Důležité jsou především reklamní a informační služby, které jsou důležité pro propagaci daného území v tuzemsku i v zahraničí, ale i činnosti spojené s organizováním volného času pro turisty (sport, zábava, místní atrakce, národopisné akce aj.). [8]

Agroturistika se v České republice rozvíjí dosti živelně, nicméně jednotlivé resorty, které by mohly rozvoj agroturistiky v naší zemi ovlivnit, zatím příliš nespolupracují. Nemůžeme říct přesně, kolik podnikatelů agroturistiku provozuje, protože úplný přehled neexistuje. K dispozici máme pouze údaje od Sdružení podnikatelů v agroturistice ČR, kteří ve svém katalogu evidují 42 podnikatelů, převážně z Českomoravské vysočiny. Nevládní nadace ECEAT (Evropské centrum pro ekoagroturistiku) zahrnuje 64 podnikatelů v rámci celé naší republiky. Dále Turistické informační kanceláře „Dovolená na chatě“ vykazují 81 podnikatelů, z nichž je jedna polovina v Krkonoších a druhá polovina na Šumavě a v Českém lese. [8], [9]

Můžeme se domnívat, že v České republice v současné době existuje cca 200 konkrétních adres podnikatelů v agroturistice a vesnické turistice. Podnikatelů zabývajících se venkovskou turistikou však bude podstatně více, protože v ČR existuje 12 regionálních sdružení cestovního ruchu, v jejichž nabídce je i venkovská turistika a tito provozovatelé nejsou členy výše zmíněných organizací. Dále musíme brát v úvahu i podnikatele, kteří nejsou evidováni a provozují tzv. „šedou“ agroturistiku, aby získali „praxi“ v tomto oboru podnikání. [8], [9]

4.1.1 Podpora rozvoje agroturistiky

V posledních letech je v globálním měřítku zaznamenávám rostoucí odklon od masové turistiky ke komerčnějším formám trávení dovolené a odpočinku mimo velká turistická centra. Tento fakt přispívá v nemalé míře k podpoře venkovského cestovního ruchu. Zmiňované aktivity jsou usměrňovány zejména Evropskou federací agroturistiky a venkovské turistiky (EUROGITES). Podle předsedy Asociace soukromého zemědělství (ASZ) Josefa Stehlíka by dalšímu rozvoji oboru prospělo zjednodušení podnikatelského prostředí a podpůrné programy. Dle jeho názoru by jejímu rozvoji v ČR výrazně pomohla např. podpora prodeje zemědělských výrobků přímo ze dvora nebo zjednodušení legislativy malovýrobcům. [5], [30]

Pro úspěšné provozování a rozvoj agroturistiky v České republice je vhodné využít bohatých zahraničních zkušeností, které svými kulturními a přírodními podmínkami jsou naší republice nejbližší. V příloze č. 4 je jako příklad obsažena fotodokumentace farem v zahraničí.

V každé zemi jsou různé podmínky pro rozvoj venkovského cestovního ruchu, tedy i agroturistiky. Rozvoj agroturistiky je v některých zemích přímo nebo nepřímo podporován zájmovými institucemi a státem. Tendence využívat volný čas ve venkovském prostředí se v některých zemích světa traduje již několik desítek let, protože člověk stále častěji vyhledává kvalitní životní prostředí, spojení s přírodou, relaxaci, klid apod. [9]

Zemědělství, příp. zemědělec se na turistickém ruchu podílí buď jako poskytovatel služeb, nebo jako producent potravin, případně jako kapitálový investor. Podle toho, která ze zmíněných forem stojí v popředí, můžeme rozlišit tři hlavní typy agroturistiky.

Labužnická nebo gastronomická turistika

Tato forma agroturistiky může, ale nemusí, být spojená s poskytováním zpracovaných vlastních produktů. V popředí stojí přímý odbyt regionálních specialit vlastními hosty, stálým okruhem odběratelů nebo restauracemi. Uvedený typ turistiky převládá v zemích Středomoří a částečně ve Francii. Typickým příkladem labužnické turistiky jsou speciálně orientované ulice jako: „Sýrová ulice“, „Ulice vína“ apod. [15]

Skandinávský typ agroturistiky

Skandinávský typ agroturistiky klade důraz na pronajímání, buď bez jakýchkoliv služeb, nebo s malým poskytováním služeb. Uvedenou formu turistiky můžeme rozdělit na kapitálově extenzivní typ agroturistiky (pronajímání kempinkových ploch) a na kapitálově intenzivní typ agroturistiky (pronajímání prázdninových domů nebo bytů). V posledních letech se rozšiřuje do klasických zemí agroturismu střední Evropy, především z důvodu pracovního ulehčení domácí paní (farmářce). V nadměrném rozšiřování intenzivnímu skandinávskému typu agroturistiky by měly zabránit vysoké kapitálové náklady. Poptávka po prázdninových bytech je v současnosti vysoká. [15]

Turistika s poskytováním přístřeší

Typickým příkladem je „dovolená na selském dvoře“, která je označována i jako „levný turismus“, a to z toho důvodu, že farmář neposkytuje pouze nocleh, ale i další služby uspokojující potřeby návštěvníka (turisty) za účelem vedlejšího příjmu. Hrozí zde nebezpečí „sebe-vykořisťování“ při nízké cenové úrovni nebo i nižší kvalitě služeb. [15]

4.1.2 Překážky rozvoje venkova

I když je rozvoj agroturistiky značný, zemědělských farem, které u nás poskytují ubytování a další služby pro turisty, přibývá jen pomalu. Počet ubytování a souvisejících služeb se každoročně zvyšuje o desítky poskytovatelů, ale celková kapacita lůžek v tuzemské agroturistice je v porovnání se zahraničím (Itálie, Rakousko) dvacetinásobně nižší. Většímu rozvoji tohoto druhu turistiky v České republice může bránit hned několik jevů. Jedním z nich je např. zvyk odjíždět na víkendy a kratší dovolené na chaty a chalupy. [30]

Problémy rozvoje venkova pramení především z omezování rozsahu zemědělské výroby tam, kde ještě nedávno byla hlavní, nebo mimořádně významnou ekonomickou aktivitou. Za výrazně slabou stránku mnoha venkovských oblastí je obecně pokládán snižující se počet stálých obyvatel. Pokračující migraci lidí (hlavně mladých) do měst, má mnohdy na svědomí často méně kvalitní dopravní obslužnost (nejednou násobená zhoršenou údržbou komunikací druhé a třetí třídy) ve spojení s omezenou základní občanskou vybaveností. Snižování počtu stálých obyvatel bývá umocňováno i takovými faktory, jakými jsou dojíždění dětí z menších obcí nebo vesnic do škol v sousedních obcích a nedostatečný počet zdravotnických zařízení pro obyvatele části malých obcí. Ne příliš přínosnou stránkou je i skutečnost, že v menších

sídlech je občanům převážně nabízena jen značně omezená škála služeb a že je zde možné vytvořit svým obyvatelům pouze relativně malé množství pracovních příležitostí. [5]

Nedostatečná moderní infrastruktura, nízký počáteční kapitál většiny investorů, zhoršená dostupnost úvěrů a záruk patří ke zvláště závažným překážkám rozvoje venkova (tím i rozvoje venkovského cestovního ruchu). Kromě již zmiňovaných nevýhod mají některé oblasti problémy s jejich dosti značnou geografickou vzdáleností od hlavních regionálních center, s čím také souvisí zvýšené náklady na dopravu spojené s nákupem a prodejem produktů. [5]

4.1.3 Rozdělení zemědělských regionů podle poptávky

Navzdory všem překážkám můžeme předpokládat, že v České republice má většina zemědělských regionů dobré podmínky k rozvoji a provozování agroturistiky. V konkrétní podobě tyto regiony rozdělujeme do dvou skupin:

- **obce a regiony spíše s již rozvinutou poptávkou** - jsou to oblasti a vesnice, kde je dostatek turistických aktivit (koupaliště, památky, lázně apod.) nebo obce s udržovanými a rozvíjenými tradicemi (řemeslnými, architektonickými, folklórními), které jsou již v současné době velice navštěvovány turisty; venkovský cestovní ruch je zde rozvinut, ale samotná agroturistika již méně,
- **obce a regiony s potenciální poptávkou, které by měly být pro cestovní ruch teprve objeveny** - je zde velký prostor pro rozvoj agroturistiky; ve většině případů musíme řadu cílových atraktivit z pozice tohoto trhu teprve objevit a umět je nabídnout a prodat. [9]

4.2 Význam agroturistiky

Rozvoj agroturistiky je v podmínkách naší republiky teprve v počátcích svého vývoje, přesto dosavadní zkušenosti (zejména zkušenosti řady evropských států) dokládají její značný význam, který je nutno spatřovat v několika rovinách. Ze širšího pohledu má agroturistika tyto pozitivita:

- představuje ideální spojení zemědělského prostředí se službami cestovního ruchu,
- respektuje přirozené životní a přírodní prostředí,
- umožňuje objevovat tradice a místní krásy a popularizovat je navenek,
- sleduje navrácení člověka k přírodě,
- přispívá ke krajino-tvorbě,
- stimuluje rozvoj dalších podnikatelských aktivit. [8], [9]

4.2.1 Význam agroturistiky pro zemědělské podnikatelské subjekty

Agroturistika má pro zemědělce význam především v tom, že:

- přináší existenční jistotu (protože je doplňkovým zdrojem příjmů),
- zemědělci mohou výhodněji zpeněžit vlastní výrobky, ubytovací kapacity, dokonce i technologický proces a prostředí farmy, pole, louky i krajinu,
- umožňuje hospodaření i na méně výnosných či dokonce ohrožených zemědělských farmách a podnicích,
- zvyšuje celkový standard zemědělských domácností. [8], [9]

4.2.2 Význam agroturistiky pro obce

Kromě významu pro podnikatele má agroturistika široký dopad i na obce a to tím, že:

- stávající bytový fond nebo budovy, které přestaly sloužit svému původnímu účelu, jsou využívány v podnikání zaměřeném na agroturistiku,
- vytváří pro obec dodatečný odbyt,
- je stimulem pro rozšíření výroby,
- zvyšuje úroveň vybavenosti obcí,
- udržuje a oživuje folklórní a jiné tradice obce,
- přispívá k využívání kulturního, historického a přírodního potenciálu obce i okolí,

- zvyšuje příjmy obcí i jejím obyvatelům,
 - vytváří finanční zdroje pro vybavenost obcí a podmínky pro vznik pracovních příležitostí,
 - udržuje a oživuje tradiční řemeslnou výrobu,
 - zachovává původní ráz krajiny v okolí obce,
 - oživuje a udržuje gastronomické a jiné zvyklosti a činí z nich předmět nabídky.
- [8], [9]

4.2.3 Význam agroturistiky pro regiony a stát

Dále má agroturistika také zprostředkovaný účinek na regiony a stát tím, že:

- se stává alternativou řešení některých problémů zemědělství i jeho významnou mimo-produkční funkcí,
- vytváří pracovní příležitosti v zemědělství, ale i v jiných oborech, čímž snižuje nezaměstnanost,
- díky zahraniční návštěvnosti na farmách se zvyšuje exportní aktivity státu,
- rozptyluje cestovní ruch do větších územních celků a stabilizuje osídlení venkova,
- pomáhá funkčně obnovovat a udržovat vesnické osídlení. [8], [9]

4.3 Negativní aspekty agroturistiky

Agroturistiku vnímáme jako vzájemně se doplňující vztah mezi cestovním ruchem a zemědělstvím. Mohou však nastat i případy, kdy se tento vztah může změnit ve vztah konkurenční. Může nastat konkurence v rozložení a využívání pracovních sil farmy (hlavní sezóna cestovního ruchu je v podstatě shodná s hlavní sezónou v zemědělství) a konkurence z hlediska umístění volného kapitálu, která se zabývá otázkami typu „Kam vložit volné finanční prostředky?“ a „Investovat do rozvoje agroturistiky nebo do rozvoje zemědělské výroby?“. [8]

Zároveň však může agroturistika přinášet i různé negativní dopady. Možný je například negativní dopad na životní prostředí (poškozené polní cesty, odpadky, vyrušování stád zvěře apod.) nebo může dojít k úbytku půdy v důsledku výstavby ubytovacích zařízení či dalších součástí infrastruktury cestovního ruchu. Nepříznivě působí se původní vesnické sociální

struktury a příliš velká návštěvnost může znamenat zátěž a stres pro místní obyvatelstvo. Časté je i přetěžování žen (farmářek), na kterých vedle práce v zemědělství a v domácnosti spočívá těžiště práce v oblasti agroturistiky (úklid, praní, podávání snídaně apod.). [8]

5 VÝSLEDKY PRŮZKUMU A ANALÝZY

5.1 Dotazníkový výzkum

Cílem mé bakalářské práce je získat a analyzovat informace o agroturistice v České republice. Pro zjištění současného stavu agroturistiky v ČR bylo provedeno dotazníkové šetření, které bylo uskutečněno formou elektronického dotazníkového průzkumu realizovaného prostřednictvím internetového serveru vyplnto.cz.

Na uvedeném internetovém serveru byl dotazník volně přístupný, a mohli ho tedy vyplnit lidé z různých koutů ČR. Průzkum probíhal na přelomu měsíců ledna a února (konkrétně od 23. ledna do 15. února 2012) a nesl název „Agroturistika v ČR“. Potencionální respondenti se tedy mohli účastnit vyplňování po dobu dvacet čtyři dní.

Vytvořený dotazník obsahuje maximálně třicet dva otázek. Počet skutečně zodpovězených otázek závisel na jednotlivých respondentech a jejich zvolených odpovědích, které je přesměrovali na další navazující otázky. Dotazník je sestaven z otázek uzavřených, otevřených a otázek, kde respondenti mohli zvolit více možností. Také obsahuje otázky větvící, které určují, která další otázka bude následovat. Všechny otázky byly povinné. Posledních sedm otázek se vztahovalo k osobním údajům respondentů. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 128 osob z různých krajů ČR.

Výsledky dotazníkového šetření jsou vyjádřeny v procentech a jsou zpracovány a vyhodnoceny pomocí grafů a tabulek, které jsou vlastní konstrukce. Některé číselné údaje použité v tabulkách jsou převzaty z vyhodnocení zmiňovaného dotazníku, které zpracoval internetový server vyplnto.cz. Po vyhodnocení všech dotazníků byly také vypracovány návrhy na zvýšení návštěvnosti agroturisticky zaměřených farem a celkového rozvoje agroturistiky v České republice, které jsou blíže popsány v kapitole 6. Konkrétní znění zmiňovaného dotazníku se nachází v příloze č. 1.

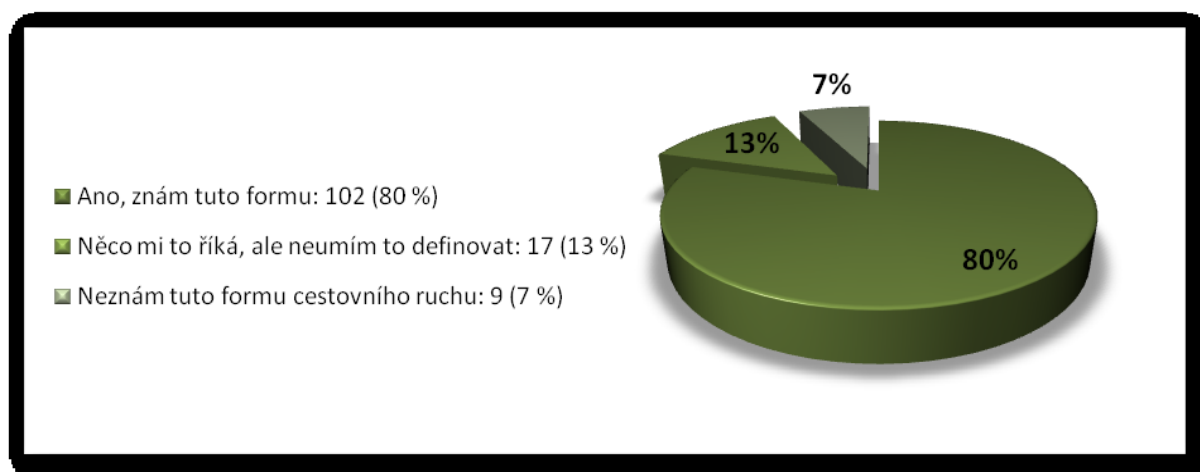
5.1.1 Vyhodnocení otázek dotazníkového výzkumu

V této kapitole je uvedeno slovní a grafické vyhodnocení jednotlivých otázek. Celkové výsledky průzkumu jsou shrnuty v následující části. Tabulky, ze kterých jsem vycházela, jsou obsaženy v příloze č. 2.

1. Setkal/a jste se s pojmem agroturistika (venkovský cestovní ruch, ekoturistika, ekoagroturistika atd.)?

První otázka měla za úkol zjistit, jestli respondenti znají samotný pojem agroturistika. Ze 128 respondentů se s tímto pojmem setkala 102 osob, což je necelých 80 % ze všech dotazovaných, 17 lidem (13 %) je tento termín povědomí, ale neumí ho definovat a pouze 9 osob (7 % respondentů) ho vůbec nezná. Je vidno, že je daný termín známý a lidé se s ním v dnešní době setkávají.

Graf 5.1: K otázce č. 1



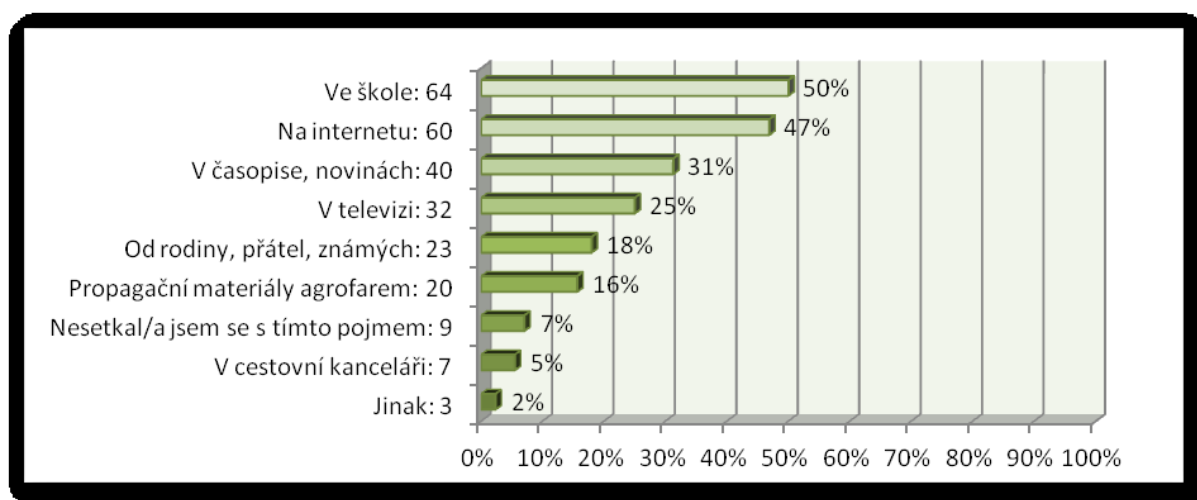
Zdroj: vlastní

2. Kde jste se s tímto pojmem setkal/a?

U otázky č. 2 bylo možné označit jednu, nebo více odpovědí. S pojmem agroturistika se setkala právě polovina z dotazovaných lidí (64 respondentů) ve škole. Druhým nejčastějším zdrojem informací se stal internet, který zvolilo 60 respondentů ze 128. Právě 40 lidí odpovědělo, že jim tento termín objasnily noviny a časopisy a 32 lidí se s ním setkala v televizi. Od rodiny a přátel se o agroturistice dozvědělo 23 respondentů. Pouze 20 lidí (16 %) ze 128 se o daném tématu dozvědělo prostřednictvím propagačních materiálů jednotlivých agrofarem. Toto procento je nedostačující, protože pokud chtějí být agrofarmy

více navštěvovány, mělo by se o nich vědět prostřednictvím propagace. Přesně 7 % dotazovaných se s tímto pojmem vůbec nesetkalo. Uvedené procento je rovno procentu z první otázky, kde respondenti označili, že neznají tuto formu cestovního ruchu. To vypovídá o správnosti tvrzení jednotlivých odpovídajících. V cestovní kanceláři získalo informace o této formě cestovního ruchu 7 osob, což činí 5 % a pouze 2 % respondentů označilo možnost „Jinak“, ke které dopsali, kde se s tímto pojmem setkali. Tito lidé se setkali s uvedeným pojmem při cestování, v podnikání nebo při psaní diplomové práce.

Graf 5.2: K otázce č. 2

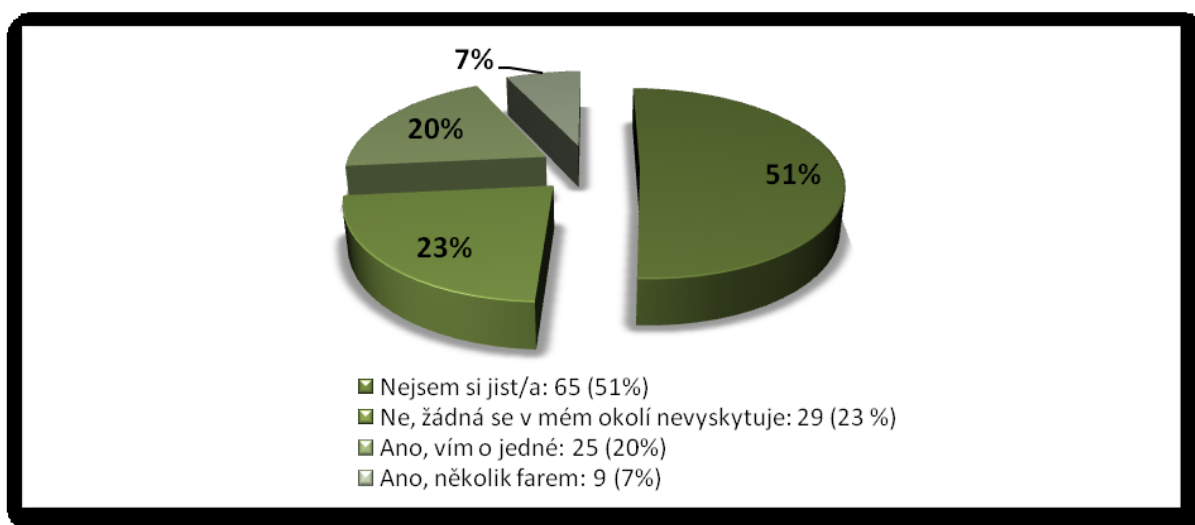


Zdroj: vlastní

3. Máte ve svém okolí agrofarmu?

Jde o tzv. rozdělovací otázku. Pokud respondent uvedl odpověď „Nejsem si jist/a“ nebo „Ne, žádná se v mém okolí nevyskytuje“ byl přesměrován na otázku č. 8. V případě odpovědi kladné „Ano, vím o jedné“ nebo „Ano, několik farem“ byl respondent přesměrován na otázku č. 4. Ze 128 lidí odpovědělo 65, že neví, jestli se vůbec v jejich okolí nějaká agrofarma vyskytuje. Zde je vidět, že neznáme své bydliště a nevšímáme si jeho okolí. Nabízí se nám zde otázka: Stalo by se to, kdyby měla agrofarma v našem okolí dobrou propagaci? Právě 29 lidí tvrdí, že se v jejich okolí žádná taková farma nevyskytuje. Je zde však možnost, že někteří respondenti se můžou pouze domnívat, že agrofarmu nemají ve svém okolí a to z důvodu neznalosti. O jedné farmě ve svém okolí ví 25 respondentů a hned několik farem ve svém okolí zaznamenalo pouze 9 lidí.

Graf 5.3: K otázce č. 3

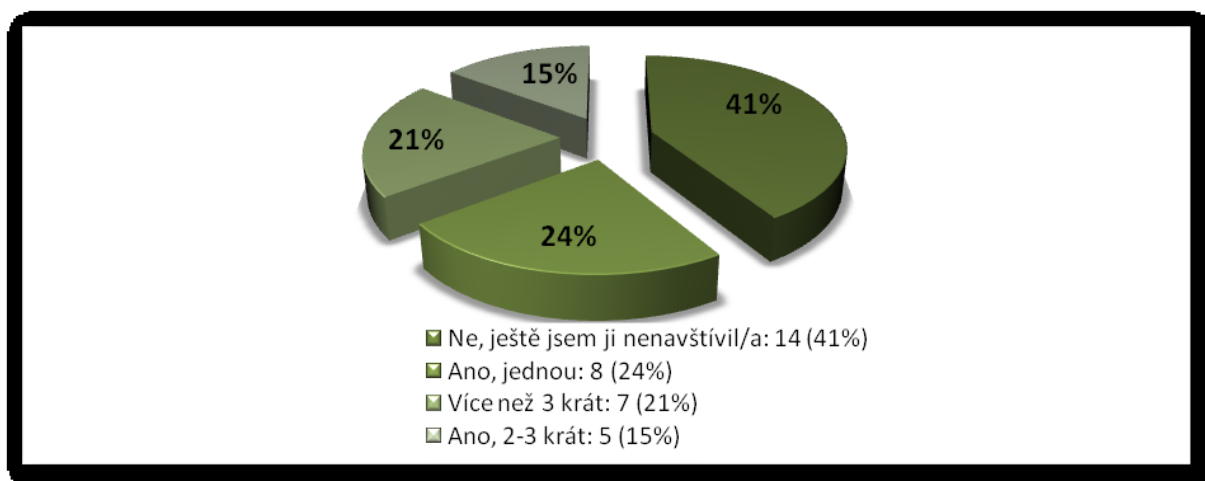


Zdroj: vlastní

4. Navštívil/a jste tuto farmu (farmu ve vašem okolí)?

Účastníci dotazníku, kteří odpověděli v předešlé otázce kladně, byli přesměrováni na otázku č. 4. Kladně odpovědělo 34 dotazovaných a z toho 20 lidí farmu v jejich okolí navštívilo. Jednou ji navštívilo 8 lidí, 2-3 krát 5 lidí a více než 3 krát 8 lidí. Farmu ve svém okolí ještě nenavštívilo 14 lidí, což činí 41 % z respondentů, kteří vědí, že mají ve svém okolí agrofarmu.

Graf 5.4: K otázce č. 4

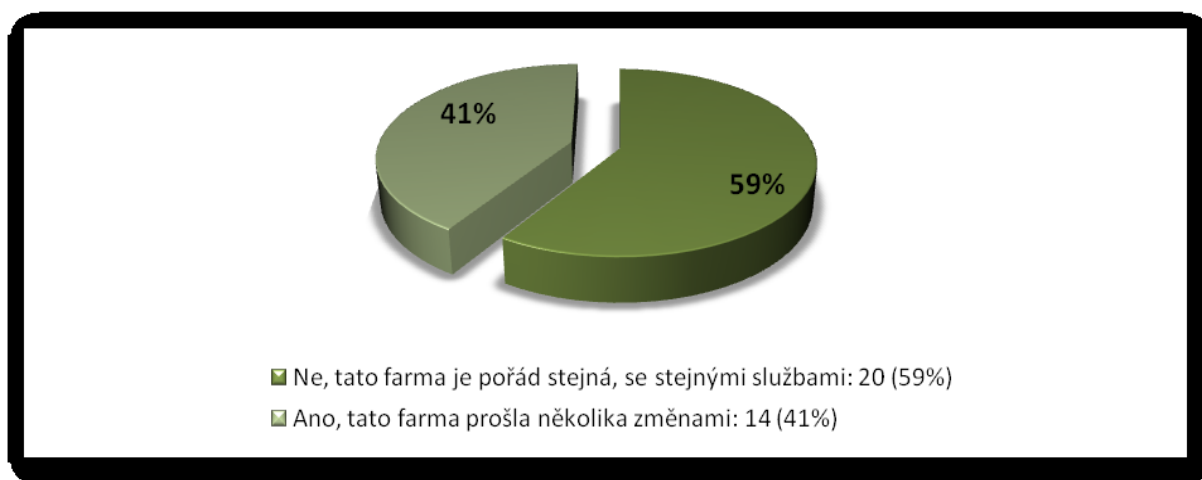


Zdroj: vlastní

5. Všimli jste si jakékoliv změny na agrofarmě ve Vašem okolí, rozvíjela se v období 5 let?

Další rozdělovací otázka, u které je po zvolení kladné odpovědi respondent přeměřován na otázku č. 6, kde určí, jakými změnami tato farma prošla. V případě zvolení záporné odpovědi, respondent přechází na otázku č. 7. Na danou otázku odpovědělo záporně necelých 59 %, tzn. 20 lidí. Zbýlých 41 % dotazovaných (14 lidí) uvedlo, že farma prošla několika změnami, které definovali v další otázce.

Graf 5.5: K otázce č. 5

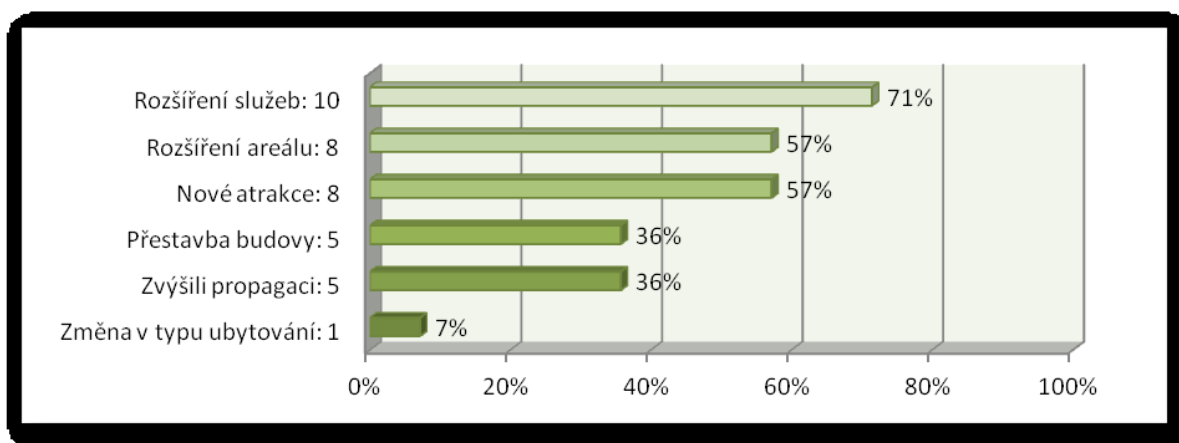


Zdroj: vlastní

6. Jakými změnami tato farma prošla?

K této otázce dospěli ti respondenti, kteří v předešlé otázce zvolili kladnou odpověď. Na následující dotaz mohli zvolit několik odpovědí. Celkem 71 % respondentů uvedla, že farma v jejich okolí rozšířila své služby, 57 % uvedlo, že rozšířila areál a stejné procento lidí uvedlo, že jejich farma zavedla nové atrakce. Dalších 36 % dotazovaných upozorovalo, že farma přestavovala své budovy a stejné procento lidí označilo, že daná farma zvýšila v průběhu posledních pěti let svou propagaci. Změnu v typu ubytování uvedl pouze 1 respondent.

Graf 5.6: K otázce č. 6

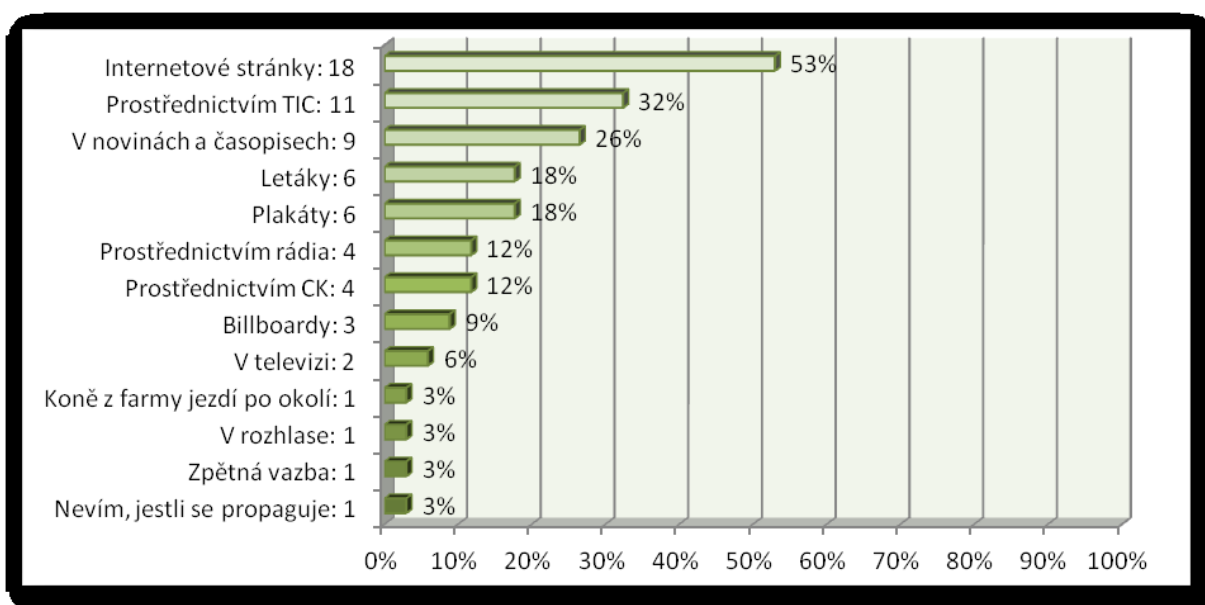


Zdroj: vlastní

7. Jakým způsobem se tato farma propaguje? Vyberte, se kterými druhy jste se setkal/a.

Farmy, které respondenti navštívili, se nejčastěji propagují pomocí internetových stránek. Činí tak 53 % farem. Zajímavé je, že prostřednictvím turistického informačního centra se propaguje 32 % farem a 26 % (z celkově 20 navštívených farem) používá k propagaci noviny a časopisy. Další možnosti byly v počtu označení poměrně vyrovnané. Překvapující však bylo, že propagaci prostřednictvím billboardů zvolili jenom 3 osoby a možnost televize byla označena pouze 2 lidmi. Domníváme se, že v dnešní době jsou různé poutače a televizní reklama nezbytné k propagaci jakéhokoliv zboží či služeb.

Graf 5.7: K otázce č. 7

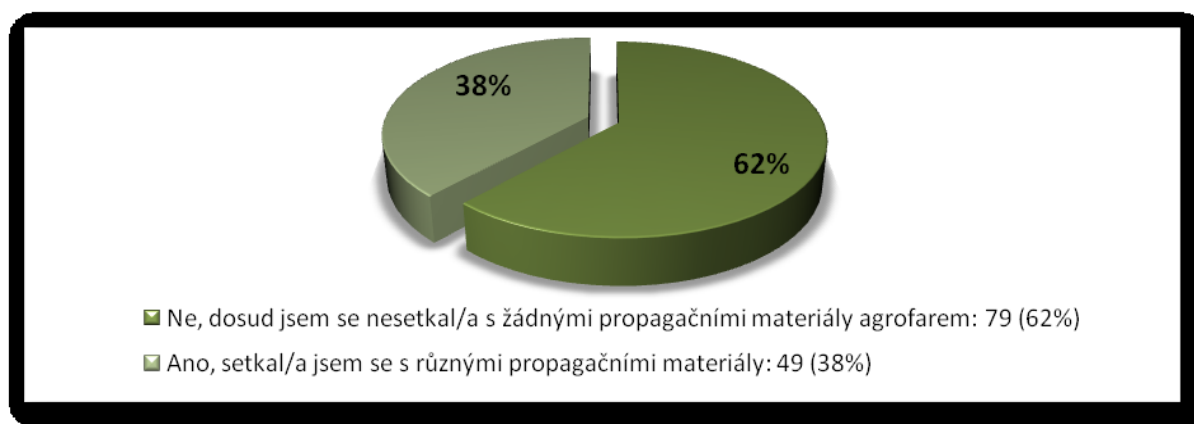


Zdroj: vlastní

8. Setkali jste se s propagačními materiály jakékoliv agrofarmy?

Na danou rozdělovací otázku odpovědělo ze 128 respondentů pouze 49 kladně. Tito respondenti přešli na následující otázku, která se týká konkrétní propagace různých agrofarek. Zbylých 79 dotazovaných se dosud nesetkalo s žádnými propagačními materiály agrofarek a postoupili na otázku č. 10. Jedná se o jasný indikátor toho, že se jednotlivé agrofarmy propagují málo, nedostatečně nebo vůbec.

Graf 5.8: K otázce č. 8



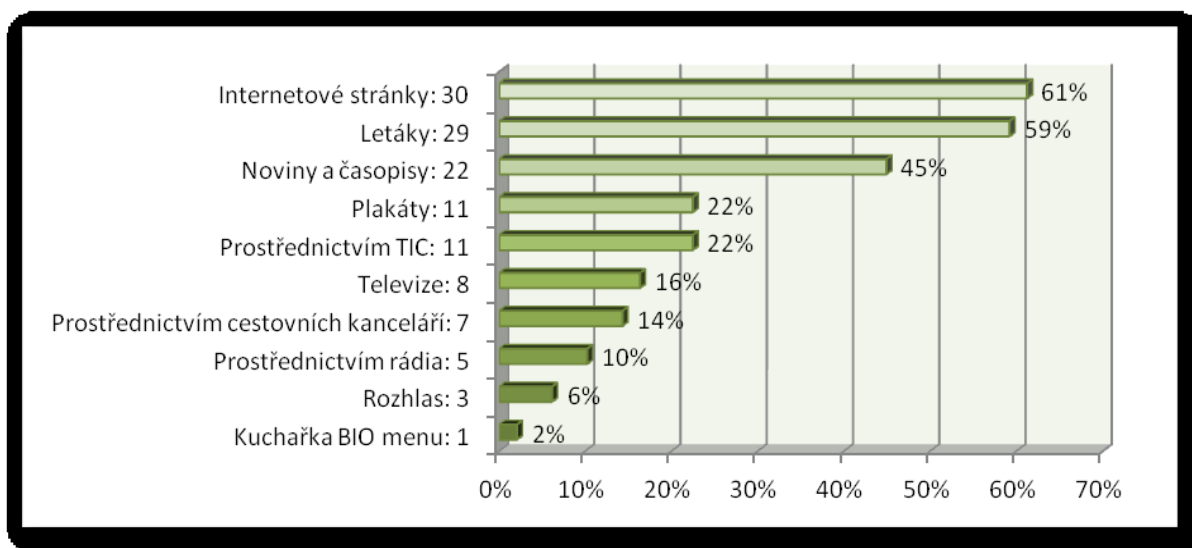
Zdroj: vlastní

9. Jaké propagační materiály to byly?

Dotazování lidé měli možnost označit více možností. Nejčastěji zvoleným propagačním materiálem se staly internetové stránky. Ty označilo 30 lidí ze 49, což je nadpoloviční počet. Možnost „Letáky“ označilo 29 lidí a „Noviny a časopisy“ 22. Dále 22 % respondentů označilo jak plakáty, tak i propagaci prostřednictvím TIC⁷. Ze 49 lidí uvedlo 8, že zná farmy prostřednictvím televize a 7 lidí je obeznámeno s agrofarmami díky cestovním kancelářím. Pouze 5 respondentů se setkalo s propagací prostřednictvím rádia a 3 dotazující prostřednictvím rozhlasu. Jeden respondent uvedl jiný zdroj a to kuchařku v BIO menu.

⁷ TIC (turistické informační centrum) - shromažďuje na jednom místě všechno důležité o svém regionu, od jeho historie, tradic, přes kulturní programy, otvírací doby památek i lékáren až po aktuální jízdní řády. Včetně dobrých rad a tipů nám přidají jednoduchou mapku oblasti, plán města nebo propagační materiály. Lze zde zakoupit suvenýry, pohlednice, kvalitní mapy nebo můžeme využít kopírovacích služeb apod. [24]

Graf 5.9: K otázce č. 9

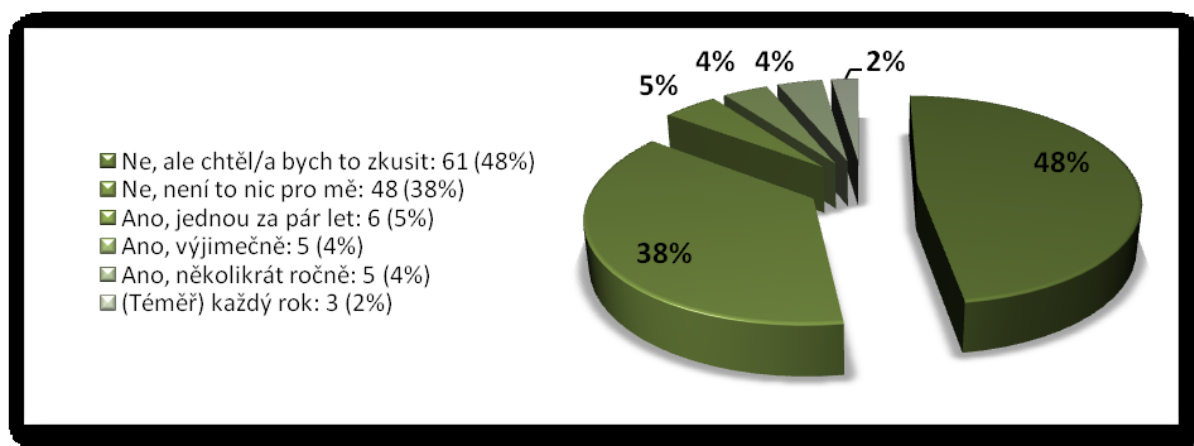


Zdroj: vlastní

10. Zúčastnil/a jste se někdy agroturisticky zaměřené dovolené?

Z počtu 128 respondentů se zúčastnilo agroturistiky pouze 19 lidí. Toto číslo však nesouhlasí s počtem lidí, kteří navštívili farmu v jejich okolí (viz otázka č. 4). Tam zvolilo kladnou odpověď 20 lidí, tzn., že min 20 lidí mělo zvolit kladnou odpověď i v této otázce. Vysvětlením může být nepozornost respondenta, nechtěně zvolená odpověď nebo špatné porozumění otázce. Jednou za pár let navštíví agrofarmu 6 lidí z 20, 5 lidí navštíví farmu několikrát ročně. Téměř každý rok si zvolí tento druh dovolené 3 respondenti a výjimečně se jí zúčastní 5 lidí. Jedná se o další rozdělovací otázku, která má za úkol zjistit, jaký počet respondentů se účastní agroturisticky zaměřené dovolené. Pokud respondent zvolil jednu z kladných odpovědí, pokračoval otázkou č. 11, pokud zvolil jednu ze záporných odpovědí, následovala otázka č. 21.

Graf 5.10: K otázce č. 10



Zdroj: vlastní

11. Jaké jsou Vaše hlavní důvody pro agroturistiku? Co očekáváte od dovolené na agrofarmě ve srovnání s jinými typy dovolených? Seřad'te podle důležitosti.

Respondent měl za úkol určit u každé z nabízených odpovědí jedinečné pořadí. Z tabulky můžeme vyčíst, že pro návštěvníky a potenciální návštěvníky je hlavní v rámci průměrného pořadí především příroda, kterou kladou na první místa. Od agroturistiky dále očekávají i seznámení se zvířaty, což uvádějí (podle důležitosti) na druhém místě. Téměř na stejné úrovni je pro ně důležité hezké prostředí, možnost turistiky a možnost poznat chod farmy. Nejméně zajímavý je pro ně klid na farmě, domácí strava a rodinná atmosféra.

Tab. 5.1: K otázce č. 11

Zvolená odpověď	Průměrné pořadí	Rozptyl ⁸
Příroda	2.632	3.496
Zvířata	3.526	5.302
Hezké prostředí	4.105	2.62
Možnost turistiky	4.579	4.139
Rodinná atmosféra	5.263	3.141
Domácí strava/biopotraviny	5.579	4.665
Možnost poznat chod farmy	4.526	6.039
Klid	5.789	4.587

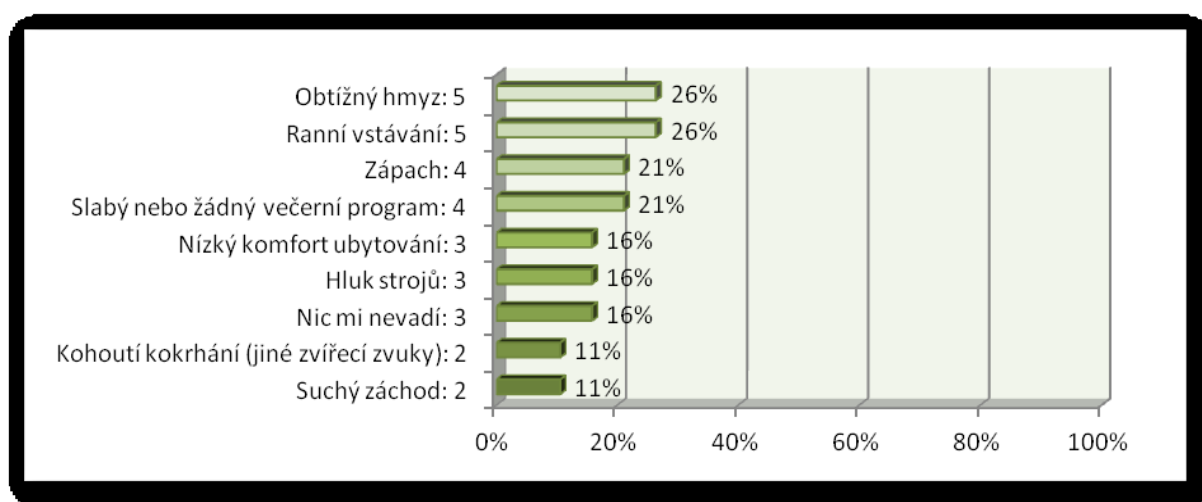
Zdroj: vlastní

⁸ Rozptyl - vyjadřuje, jak se hodnoty z určitého souboru odchyľují od svého průměru (jak moc jsou rozptýlené). Rozptyl (disperse, variance) je vyjádřen jako průměr druhých mocnin odchylek od průměru. [34]

12. Co Vám na agroturistice vadí?

Otázka č. 12 nám má objasnit, co vadí účastníkům této formy cestovního ruchu. Ozřejmí nám potencionální důvody, proč se této dovolené neúčastní vícekrát do roka, díky čemuž mohou agrofarmy tyto věci měnit a zlepšovat. Nejvíce vadí našim respondentům obtížný hmyz a ranní vstávání. Zápach a slabý nebo žádný večerní program vadí 4 lidem z 19. Další 3 respondenti uvedli, že jim překáží hluk strojů. Stejný počet dotazovaných uvádí, že jim nic nevadí. Kohoutí kokrhání a jiné zvířecí zvuky nevyhovují 2 lidem. Stejnému množství lidí vadí suchý záchod na agrofarmě.

Graf 5.11: K otázce č. 12



Zdroj: vlastní

13. Co je pro Vás na agrofarmě důležité? Co by v jejím vybavení/nabídce podle Vašeho názoru nemělo chybět? Seřad'te podle důležitosti.

Podle dotazovaných by v nabídce agrofarmy měla na prvním místě být zahrnuta prohlídka farmy. Dále by měly být přímo na farmě nebo v jejím okolí různé turistické možnosti, možnost jezdeckví a dětské hřiště. Jako méně důležitý považují respondenti zoo-koutek, možnost vaření, půjčování sportovních a jiných potřeb. Nejméně by dotazovaní postrádali dětský koutek a společenskou místnost, protože tyto možnosti ohodnotili jako nejméně důležité. Díky tomuto zjištění můžou jednotlivé farmy rozšířit svou nabídku a přilákat tím více návštěvníků.

Tab. 5.2: K otázce č. 13

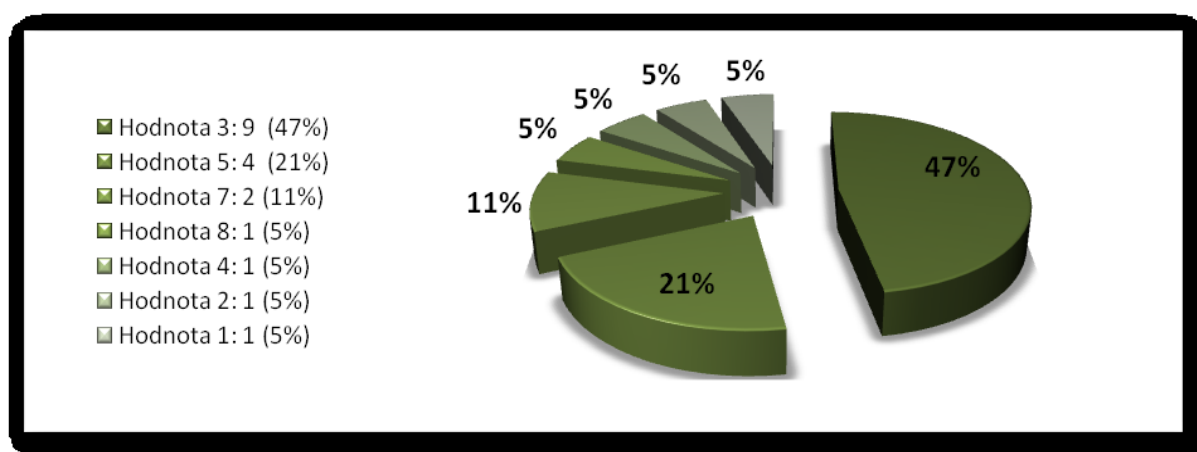
Zvolená odpověď	Průměrné pořadí	Rozptyl
Možnost prohlídky farmy	3.053	8.681
Turistické možnosti	4	6.526
Možnost jezdeckví	4.895	8.515
Dětské hřiště	4.947	5.734
Možnost vaření, stravování	5.105	4.41
Možnost půjčování sportovních a jiných potřeb	5.211	4.377
Zoo-koutek	5.421	2.981
Společenská místnost	6.105	3.778
Dětský koutek	6.263	7.141

Zdroj: vlastní

14. Jak hodnotíte šíři nabídky v oblasti v ČR na škále 1-10 (1 - špatná, 10 - výborná)?

Respondenti v této otázce hodnotili šíři nabídky v České republice. Z 19 dotazovaných ohodnotilo 9 lidí (47 %) velikost nabídky číslem 3, což znamená, že šíře nabídky v naší republice je podprůměrná. Pouze 4 lidi (21 %) označili množství nabízených agrofarem za průměrné a 2 respondenti (11 %) ji ohodnotili číslem 7, což znamená, že ji vnímají jako nadprůměrnou. Další jednotlivci ji označili jako špatnou, zlou, ale i jako dobrou. Odpovědi bylo však příliš málo na to, abychom z nich mohli cokoliv vyvozovat.

Graf 5.12: K otázce č. 14

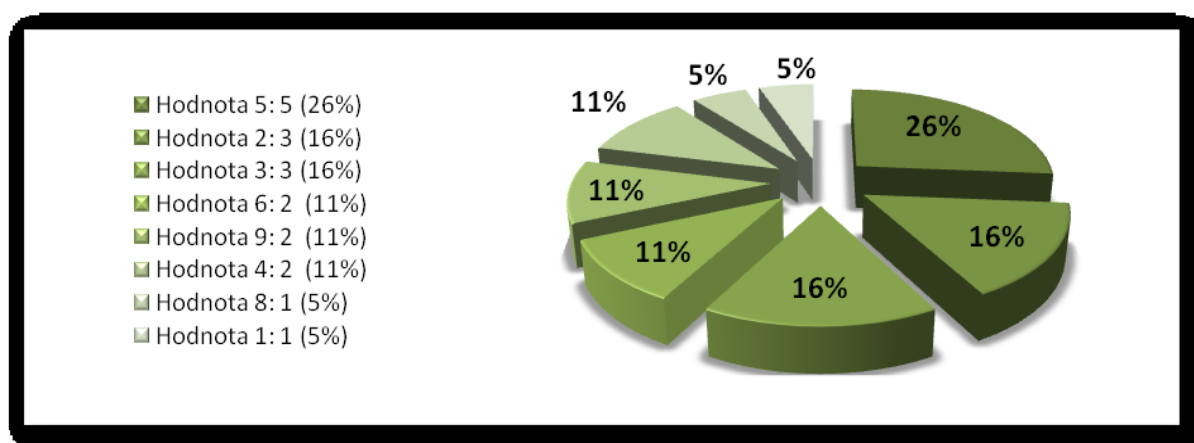


Zdroj: vlastní

15. Jak hodnotíte kvalitu ubytování na agrofarmách v ČR na škále 1-10 (zakroužkujte 1 – špatná, 10 – výborná)?

Ubytování na českých agrofarmách bylo hodnoceno ve většině případů jako průměrné (26 %), podprůměrné, zlé nebo dokonce špatné. Pouze 2 respondenti (11 %) ho ohodnotili jako téměř výborné, nadprůměrné a jeden člověk označil toto ubytování jako dobré (ohodnoceno 8).

Graf 5.13: K otázce č. 15

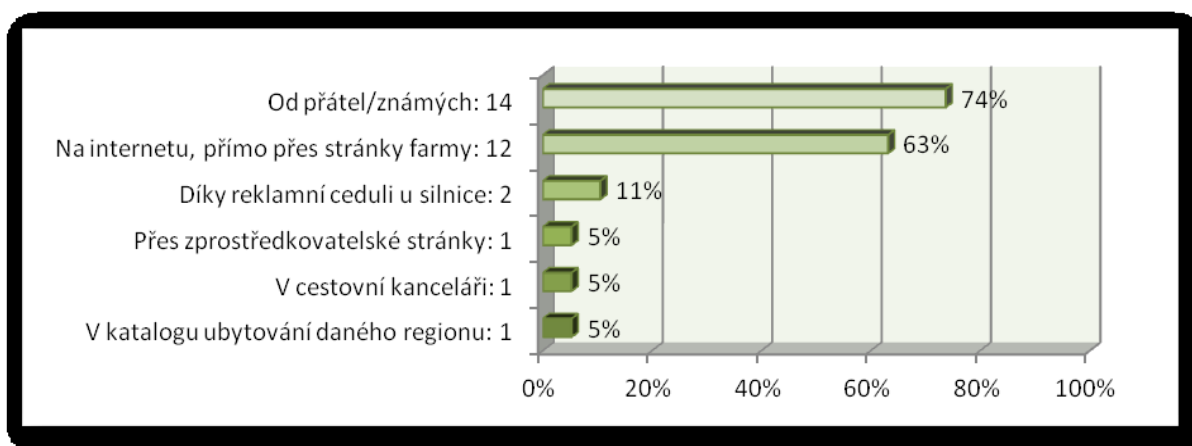


Zdroj: vlastní

16. Jak jste se dozvěděli o agrofarmě, kde jste trávili dovolenou? (V případě více dovolených můžete označit více odpovědí)

Na první pohled vidíme, že nejčastěji se účastníci agroturistiky dozvěděli o farmě, kde trávili dovolenou od svých přátel a známých. Mluvíme o 14 lidech z 19 (74 %). Druhým nejčastějším zdrojem informací o agrofarmě je internetová stránka dané farmy, který označilo 12 respondentů (63 %). Díky reklamní ceduli u silnice navštívili agrofarmu 2 lidé (11 %). Prostřednictvím cestovní kanceláře navštívila farmu 1 osoba. Právě 1 osoba navštívila agrofarmu i díky nabídce ubytování daného regionu.

Graf 5.14: K otázce č. 16

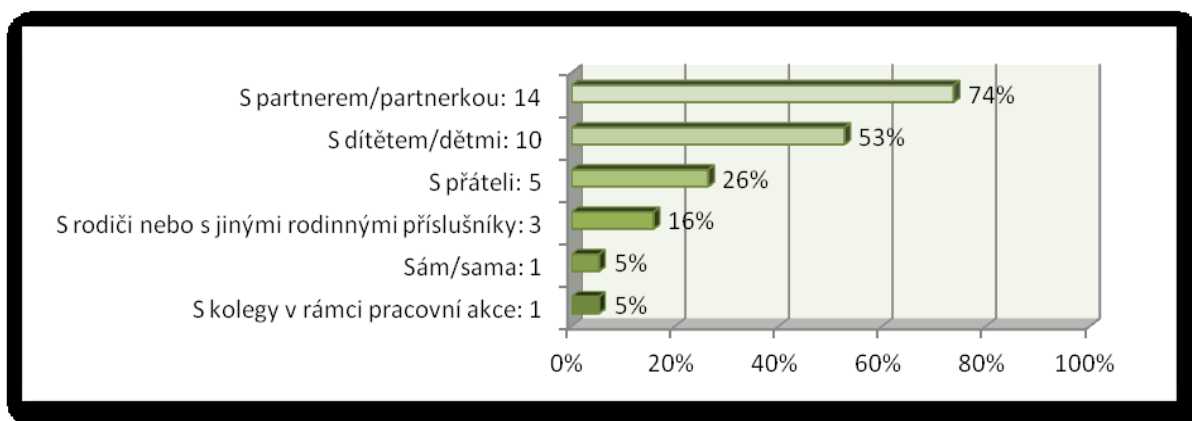


Zdroj: vlastní

17. S kým jste dovolenou /dovolené na agrofarmě trávili?

U další otázky, u které měli respondenti možnost zvolit několik možností, uvedlo 14 dotazovaných (74 %), že dovolenou na agrofarmě strávili s partnerem nebo s partnerkou. Z 19 lidí strávilo 10 dotazovaných (53 %) i se svými dětmi. S přáteli se zúčastnilo této formy cestovního ruchu 5 respondentů (26 %), s rodiči a rodinnými příslušníky 3 respondenti (16 %) a 1 člověk z 19 byl na agrofarmě v rámci pracovní akce a našel se i 1 člověk, který tam byl sám.

Graf 5.15: K otázce č. 17



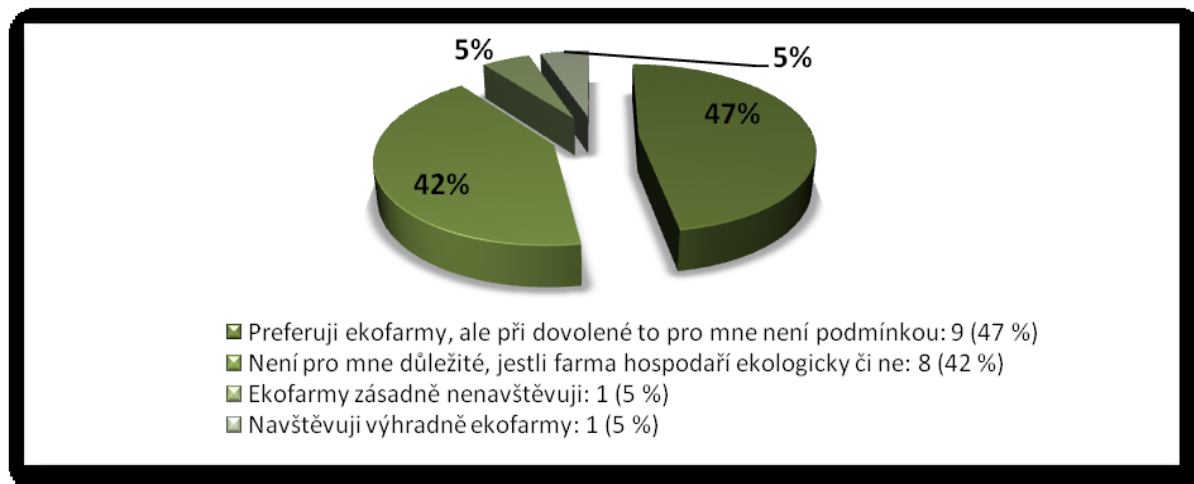
Zdroj: vlastní

18. Zajímají Vás i „konvenční“ agrofarmy, nebo preferujete ty ekologicky hospodařící?

Výhradně navštěvuje ekofarmy pouze 1 člověk z 19 a zároveň 1 člověk ekofarmy zásadně nenavštěvuje. Pro 8 lidí (42 %) není důležité, zda farma, kterou navštěvují, hospodaří

ekologicky či ne. Zajímavé je, že 9 lidí (47 %) sice preferují ekofarmy, ale při dovolené to pro ně není podmínkou.

Graf 5.16: K otázce č. 18

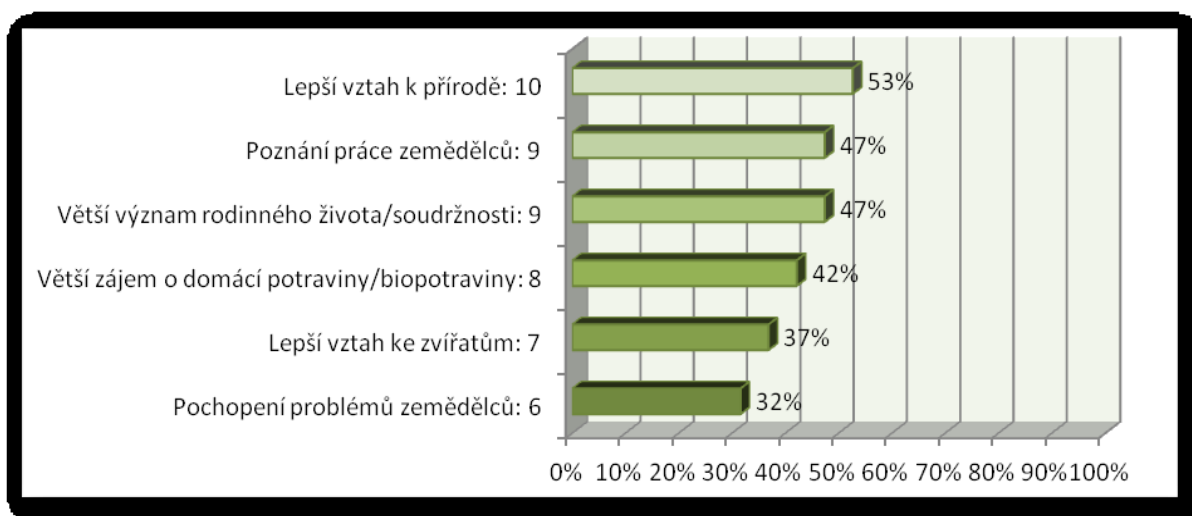


Zdroj: vlastní

19. Ovlivnil Vás pobyt na farmě? Pokud ano, jak?

Lidé díky pobytu na farmě získávají lepší vztah k přírodě. Tuto možnost označilo 10 respondentů z 19, což činí 53 %. Další nejčastěji zvolenou možností se stalo i poznání práce zemědělců, které označilo 9 osob (47 %). Stejně množství uvádí, že pobyt na farmě dodal větší význam jejich rodinnému životu a soudržnosti. U 42 % (tedy 8 lidí) se zvýšil zájem o domácí potraviny a biopotraviny a 7 lidí také označilo, že se u nich vyvinul lepší vztah ke zvířatům. Dokonce se objevili lidé, kteří se seznámili a pochopili problémy zemědělců. Jedná se o 6 respondentů, tzn. 32 %. U dané otázky bylo možné zvolit více odpovědí.

Graf 5.17: K otázce č. 19

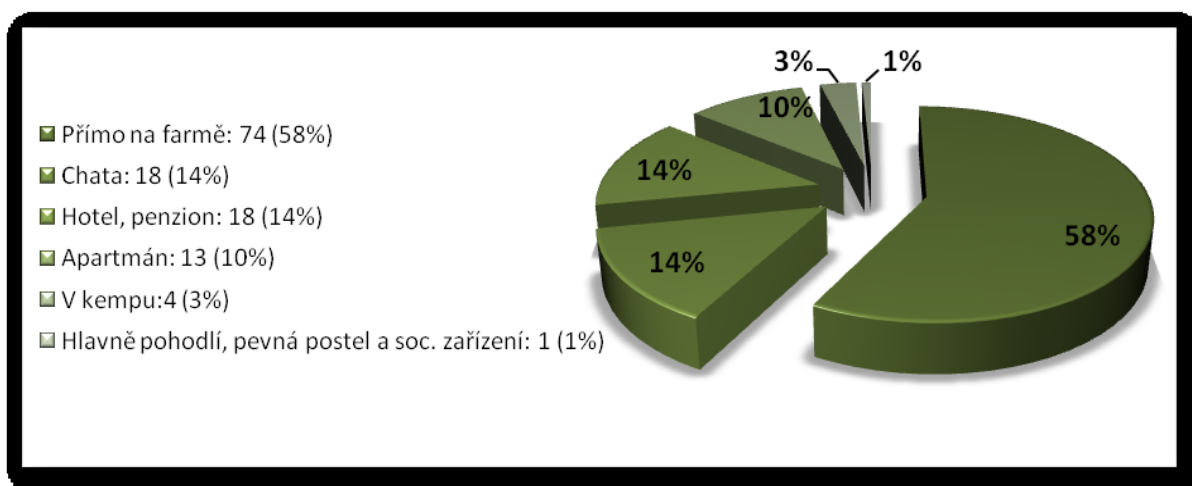


Zdroj: vlastní

20. Jaké ubytování preferujete (byste preferoval/a) během dovolené na agrofarmě?

Z grafu na první pohled vyplývá, že respondenti nejčastěji volí ubytování přímo na farmě. Předpokládáme, že je to z toho důvodu, protože se lidé chtějí co nejvíce přiblížit tomuto životu. Tuto možnost zvolila nadpoloviční většina (58 %) z celkového počtu 128 dotazovaných lidí. Možnost „Chata“ byla označena 18 lidmi (14 %), stejně jako možnost „Hotel, penzion“. Je zřejmé, že v dnešní době chtějí mít turisté určitý komfort a soukromí. To se potvrdilo i u možnosti „Apartmán“, který by preferovalo 13 osob (10 %). Kemp by navštívily 4 osoby a jednomu člověku nezáleží na konkrétním ubytování, důležité je pro něj hlavně pohodlí, pevná postel a sociální zařízení.

Graf 5.18: K otázce č. 20

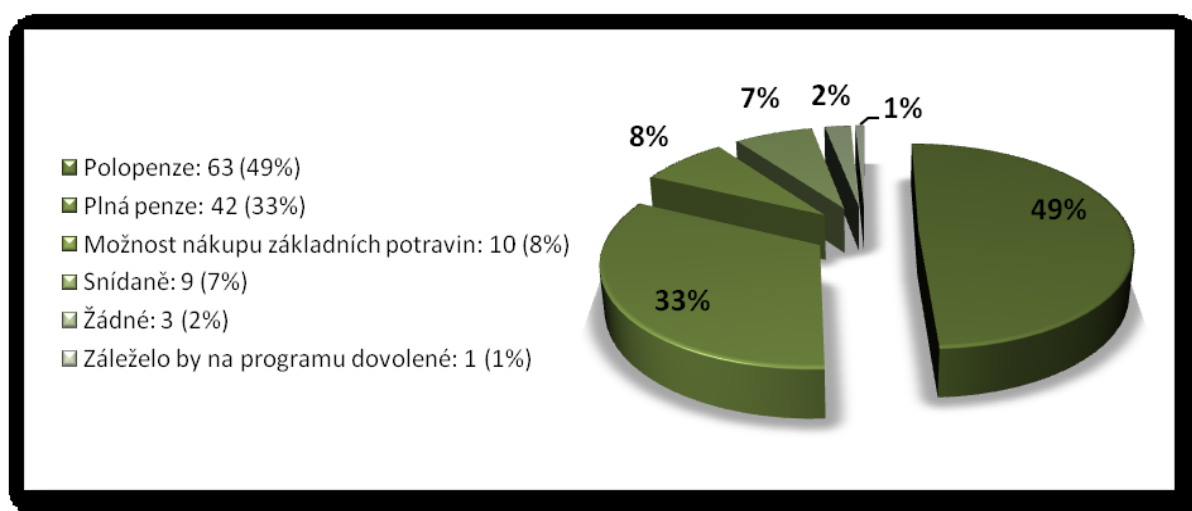


Zdroj: vlastní

21. O jaký způsob stravování máte (byste měl/a) zájem během dovolené na agrofarmě?

Respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy. Téměř polovina ze 128 dotazovaných (49 %) by měla zájem o způsob stravování formou polopenze. Plnou penzi by přijalo 42 osob (33 %). Vysoký zájem o polopenzi a plnou penzi je zřejmě proto, že mnoho lidí v dnešní době nechce na dovolené trávit většinu času v kuchyni. Proto volí možnost, která je časově a fyzicky méně náročná. Možnost nákupu základních potravin vyhovuje 10 respondentům (7 %). Pouze 3 lidem by stačila snídane a jedna osoba se vyjádřila, že forma stravování by záležela na programu dovolené.

Graf 5.19: K otázce č. 21

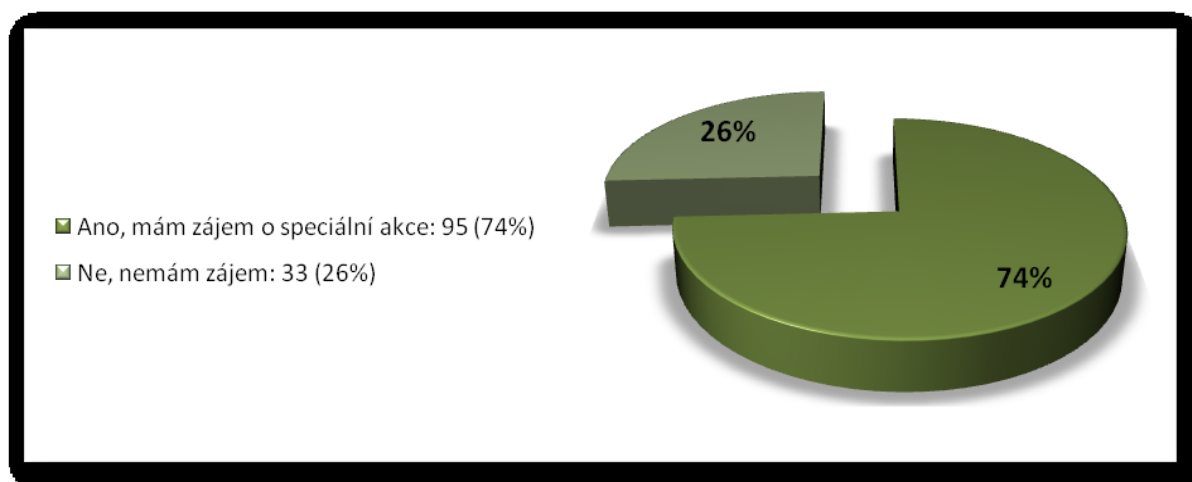


Zdroj: vlastní

22. Měli byste zájem o speciální akce (zabíjačky, oslavy, svatby, akce pro sportovce)?

Zde museli zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se jim zobrazily další otázky. Záporná odpověď přesměrovala respondenta na otázku č. 25 a kladná odpověď na další otázku, tzn. otázku č. 23. Z grafu vyplývá, že 74 % (95 osob) by mělo zájem o speciální akce uskutečněné přímo na agrofarmě. Tyto akce by mohly pomoci jednotlivým farmám k větším příjmům a návštěvnosti. Zbylých 26 % (33 osob) o podobné akce zájem nemá.

Graf 5.20: K otázce č. 22

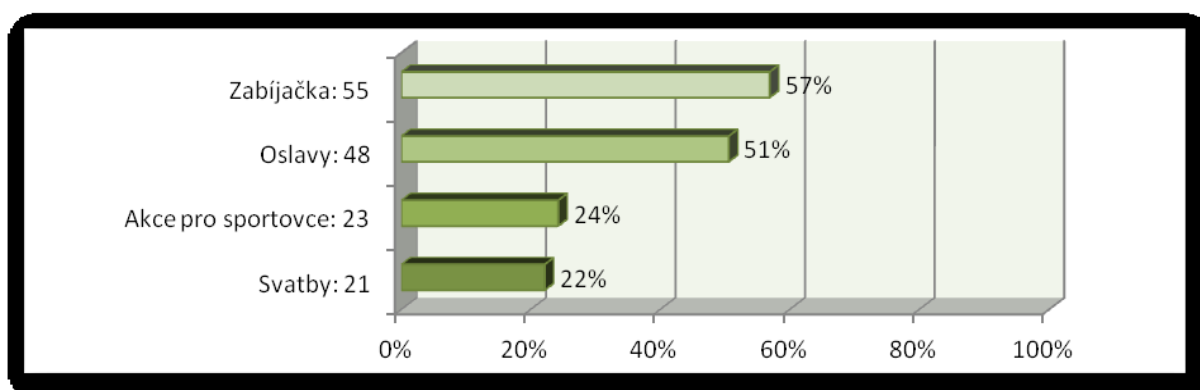


Zdroj: vlastní

23. O které speciální akce byste měl/a zájem?

Tato otázka se týkala těch respondentů, kteří uvedli, že by měli zájem o speciální akce. Lidi nejvíce zaujala zabíjačka, kterou označilo 55 respondentů z 95, což je 58 %. Téměř polovina z dotazovaných (48 osob) by přijala na agrofarmě různé druhy oslav, 23 respondentů (24 %) by se zúčastnilo akcí pro sportovce (např. pro cyklisty, pro lidi věnujícím se hipoturistice atd.) a 21 lidí by mělo zájem pořádát zde svatby. Speciální akce konané na agrofarmě by mohly přilákat více návštěvníků, a také zvýšit příjmy. Další výhodou je možnost nabízet tyto akce a služby s nimi spojené celoročně (v každém ročním období) a tím mít i mimosezónní příjmy. U této otázky bylo možné zvolit několik odpovědí.

Graf 5.21: K otázce č. 23

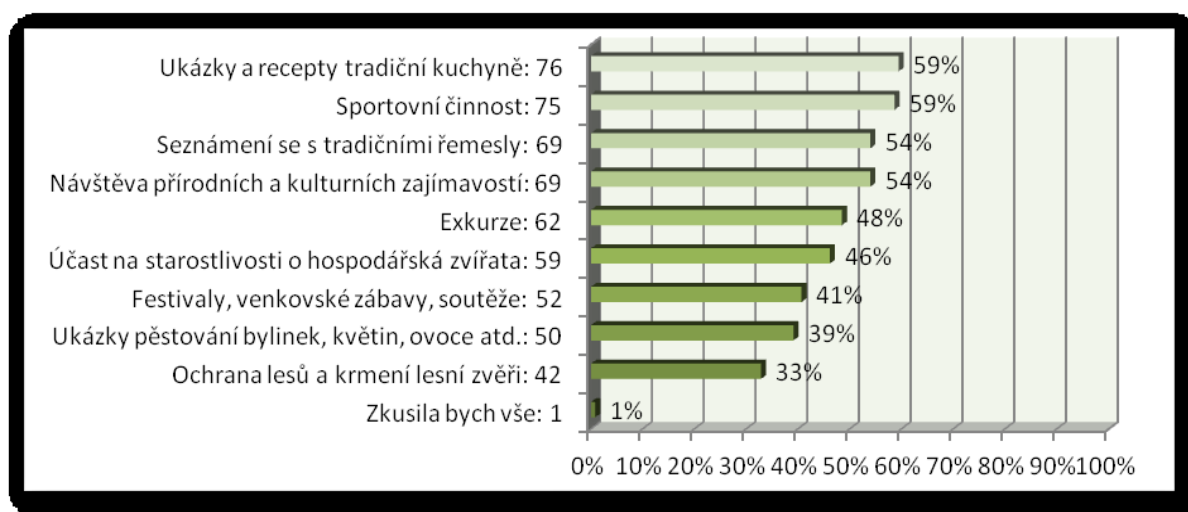


Zdroj: vlastní

24. Které služby a akce byste na dovolené této formy rádi využívali?

Daná otázka nám měla přiblížit, o co jeví potencionální návštěvníci největší zájem, a tedy o jaké služby a akce můžou jednotlivé farmy rozšířit svou nabídku. Mohli zvolit i více možností nebo dopsat vlastní odpověď. Ze 128 respondentů by se 76 (59 %) rádo zúčastnilo ukázek tradiční kuchyně a 75 osob by se chtělo účastnit sportovních činností, což je 59 %. 69 dotazovaných (54 %) se chce seznámit s tradičními řemesly a stejný počet uvádí, že by rádi navštívili kulturní a přírodní zajímavosti. Zajímavá je i možnost exkurzí v dílnách, na salaši, v soukromých muzeích apod., kterou označilo 62 respondentů (48 %). Zároveň by se 59 dotazovaných účastnilo péče o hospodářská zvířata a 52 osob by přivítala venkovské zábavy, soutěže a festivaly. Ukázky pěstování tradičních a zapomenutých odrůd bylinek, zeleniny, květin a ovoce zaujalo 9 %. Ochrana lesů a krmení lesní zvěři by se chtělo věnovat 42 respondentů a 1 osoba by nejraději zkusila vše.

Graf 5. 22: K otázce č. 24

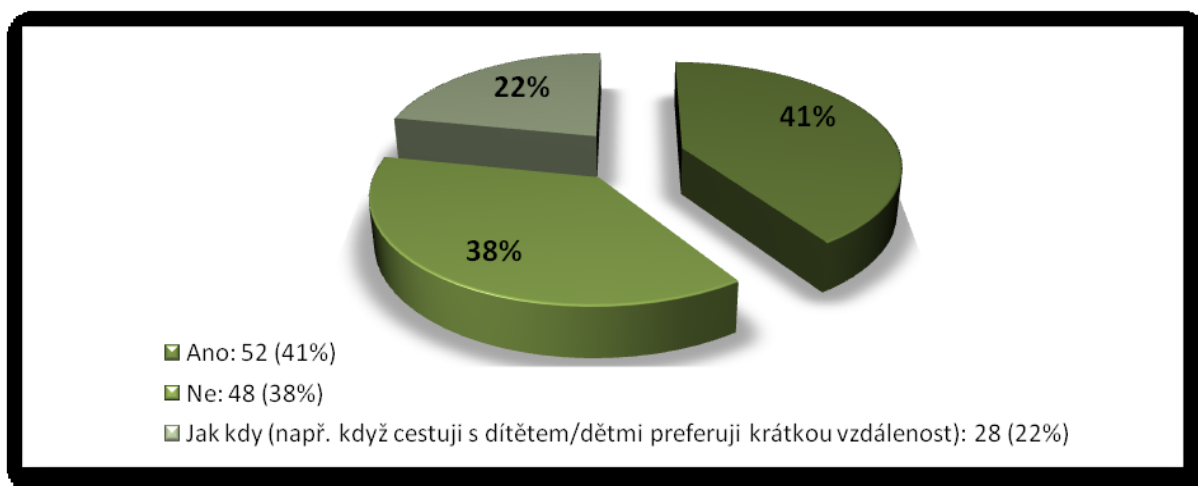


Zdroj: vlastní

25. Kladete důraz na dopravní dostupnost zařízení při výběru vhodné agrofarmy (vzdálenost od zastávky autobusu či od vlaku)?

Kladně odpovědělo 52 respondentů (41 %) a záporně 48 (38 %). 28 dotazovaných zvolilo možnost „Jak kdy“. Zjištění zda potencionální návštěvníci kladou důraz na dopravní dostupnost, umožní jednotlivým agrofarmám zvážit, jestli mají do nabídky služeb přidat možnost přepravy návštěvníků od autobusové zastávky nebo vlakového nádraží. Rozšíření nabídky o tuto službu by mohlo být výhodou dané farmy.

Graf 5.23: K otázce č. 25

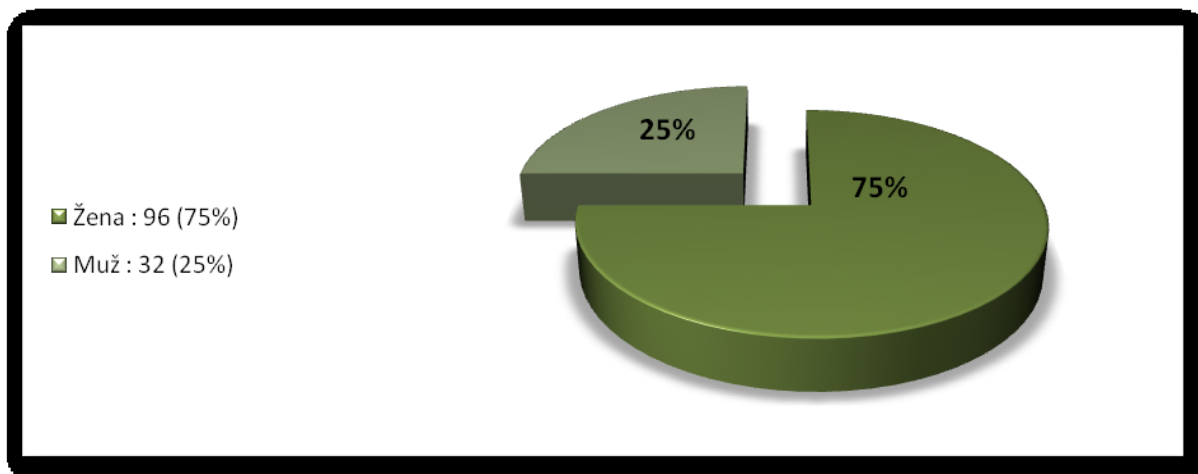


Zdroj: vlastní

26. Pohlaví respondenta.

Z grafu jasně vyplývá, že většinu respondentů tvořily ženy, a to až 75 % (96 osob) z celkového počtu 128 dotazovaných. Zbýlých 25 % (32 osob) tvořili muži. Důvodem nadprůměrného počtu žen je pravděpodobně jejich větší ochota vyplnit dotazník nebo větší zájem o dané téma.

Graf 5.24: K otázce č. 26



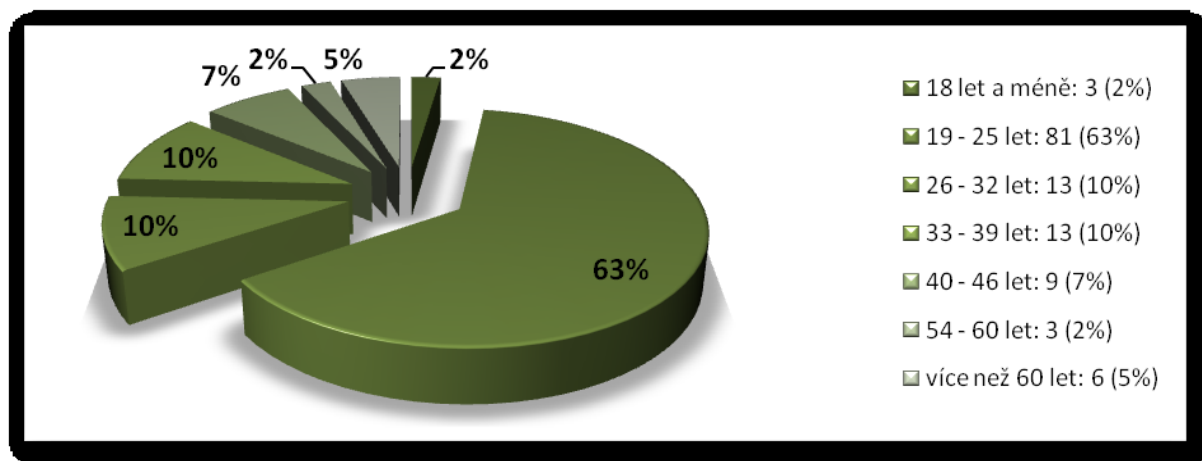
Zdroj: vlastní

27. Uveďte prosím Váš věk (zařad'te se do příslušné věkové kategorie).

Většinu respondentů tvoří věková skupina 19-25 let. Přesně je to 81 osob (63 %) z celkového počtu 128. Převažující zastoupení této věkové kategorie může spočívat v tom, že

mladí lidé byly nejvíce ochotní vyplnit dotazník, většinu času tráví na internetu nebo z důvodu, že lépe ovládají počítač. Nejméně byla zastoupena věková skupina 54-60 let a 18 let a méně. Ke zmiňovaným skupinám se hlásili pouze 3 respondenti. Mezi dotazovanými se našlo i 6 lidí nad 60 let. V ostatních věkových skupinách byly počty respondentů téměř vyrovnané.

Graf 5.25: K otázce č. 27

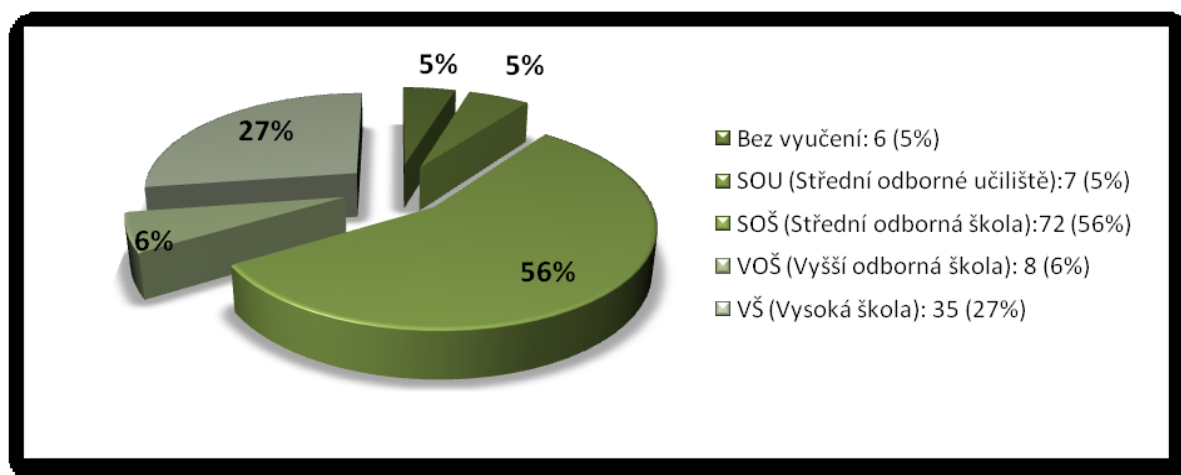


Zdroj: vlastní

28. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání.

Nadpoloviční většina dotazovaných (56 %) vystudovala střední odbornou školu a 27 % respondentů dokonce vysokou školu. Střední odborné učiliště vystudovalo 7 osob (5 %) a vyšší odbornou školu navštěvovalo 8 osob (6 %). Našli se i lidé bez vyučení a ti tvoří 5 %.

Graf 5.26: K otázce č. 28

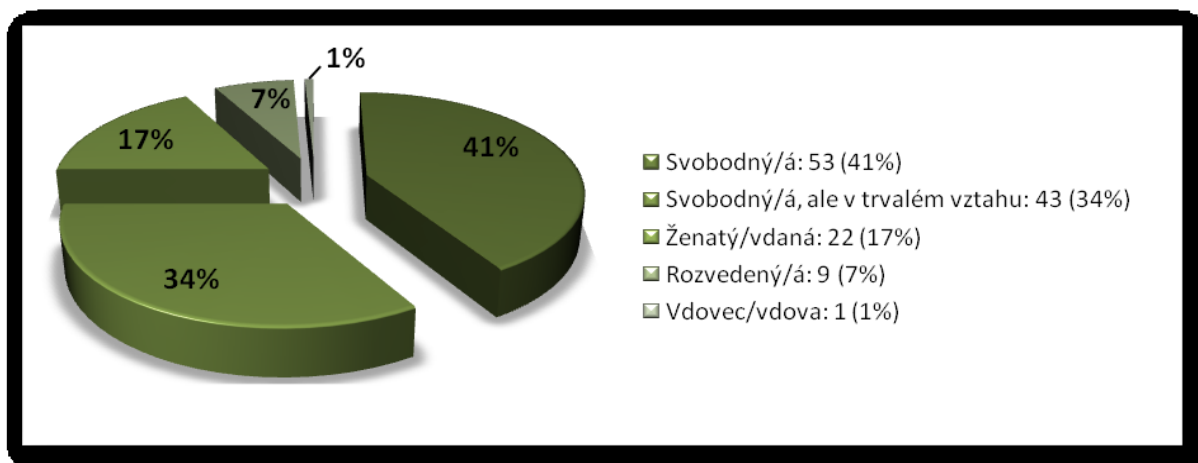


Zdroj: vlastní

29. Jaký je Váš rodinný stav?

Mezi respondenty bylo 53 lidí svobodných (41 %), 43 v trvalém vztahu (34 %), 22 ženatých nebo vdaných (17 %) a 9 rozvedených (7 %). Našel se i jeden vdovec nebo vdova.

Graf 5.27: K otázce č. 29

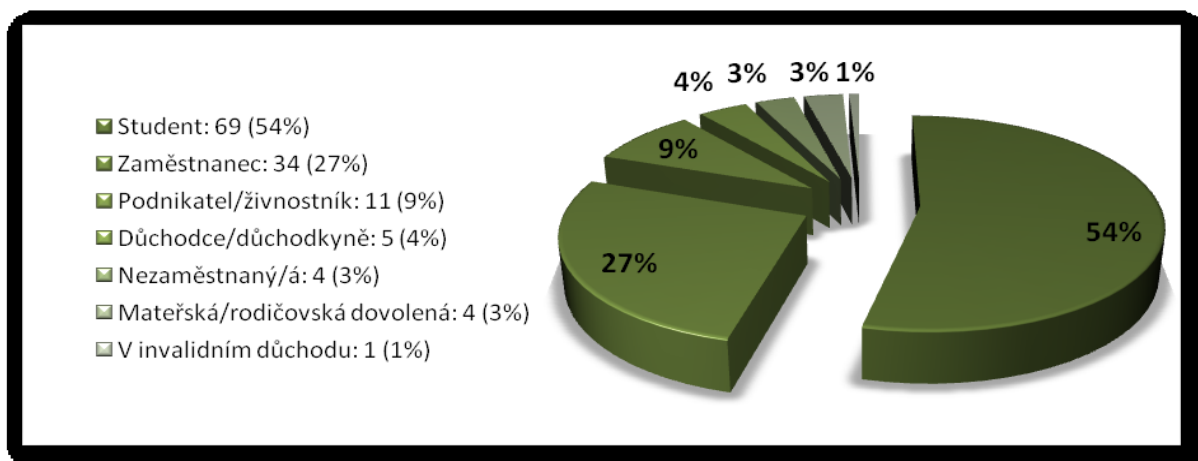


Zdroj: vlastní

30. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

Na grafu můžeme pozorovat, že většina respondentů (54 %) spadá do skupiny student. Z celkového počtu 128 respondentů je 34 lidí zaměstnaných (27 %), 11 se živí podnikáním (9 %), 5 je už v důchodě (4 %), 4 jsou nezaměstnaní (3 %) a stejné množství je na rodičovské dovolené. Nejmenší skupinu tvoří lidé v invalidním důchodu, tvořil ji pouze jeden člověk (1 %).

Graf 5.28: K otázce č. 30

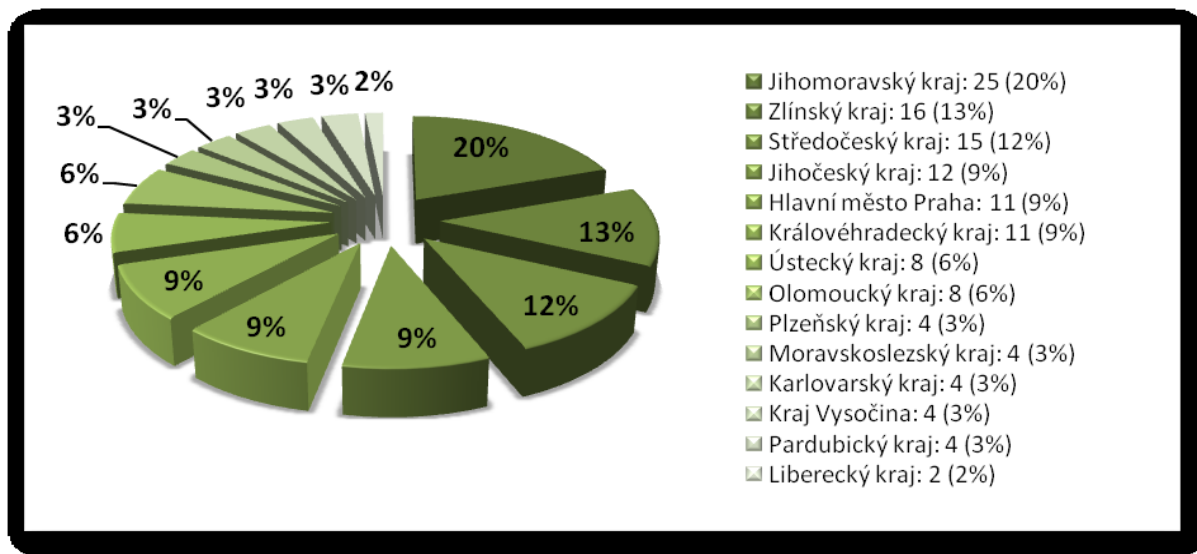


Zdroj: vlastní

31. Z jakého jste kraje?

Největší počet respondentů pochází z Jihomoravského kraje, a to 25 lidí (20 %). Naopak nejméně pochází z Libereckého kraje, odkud se pouze 2 lidé zúčastnili vyplňování dotazníku. Dalších 16 dotazovaných pochází ze Zlínského kraje a ze Středočeského kraje 15 lidí. Zastoupení zbylých krajů je poměrně vyrovnané.

Graf 5.29: K otázce č. 31

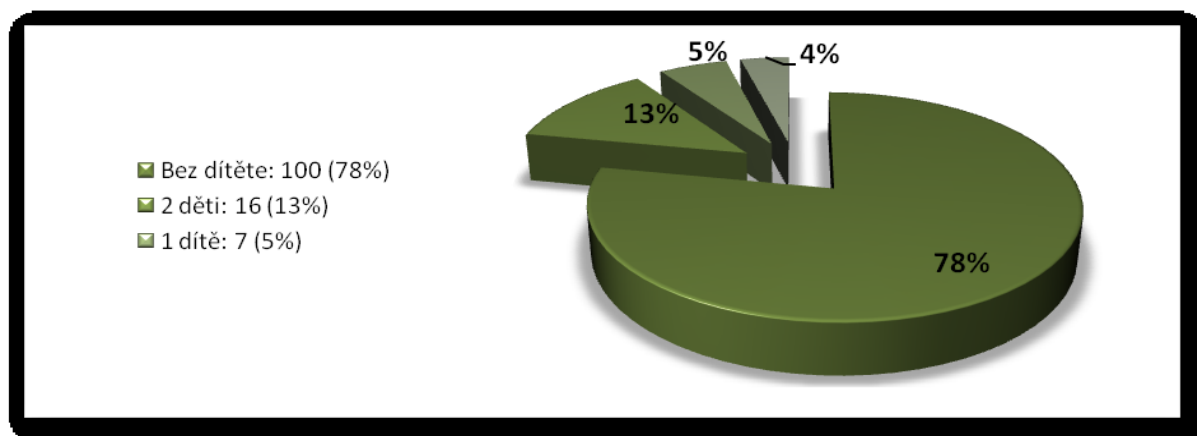


Zdroj: vlastní

32. Počet dětí.

Většina respondentů (80 %) je bezdětných, 16 osob ze 128 má 2 děti, 7 má 1 dítě a 5 dotazovaných má 3 děti.

Graf 5.30: K otázce č. 32



Zdroj: vlastní

5.1.2 Shrnutí výzkumu

Tato část práce obsahuje shrnutí všech poznatků získaných elektronickým dotazníkovým průzkumem, díky kterým jsem došla hned k několika závěrům. Prvním dílčím cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaká je informovanost lidí o agroturistice v jejich okolí, a také způsob a množství propagace agrofarem. Dalším dílčím cílem bylo zmapovat návštěvníky agrofarem a objasnit, co je pro ně důležité a co jim naopak vadí. Posledním dílčím cílem bylo zjištění o jaké služby (ubytovací, stravovací) a akce mají zájem návštěvníci a potencionální návštěvníci.

Prostřednictvím dotazníkového výzkumu jsme získali názory 128 respondentů týkající se agroturistiky v ČR. Mezi těmito dotazovanými byli obyvatelé ČR, kteří pocházejí ze všech krajů. Nejčastěji voleným bydlištěm byl Jihomoravský kraj, který označilo 20 % lidí. Zastoupení pohlaví bylo nerovnoměrné, protože v 75 % případech odpovídaly ženy. Dotazník nejčastěji vyplňovali svobodní lidé s nejvýše dosaženým středoškolským vzděláním a ve věkové kategorii 19 - 25 let.

Informovanost lidí a propagace agrofarem

Počáteční část dotazníku byla zaměřena na samotný pojem agroturistika a měla nám objasnit, kolik lidí se s ním již setkalo a kde. Téměř 93 % respondentů zná význam daného slova nebo jim alespoň něco říká, i když ho neumí definovat. Nejčastěji se s ním obeznámili ve škole nebo na internetu. Pomocí několika dalších otázek, které se zabývali agrofarmami v okolí bydliště dotazovaných, se nám podařilo zjistit, že více než 70 % lidí nemá v blízkosti jejich bydliště agrofarmy nebo vůbec netuší, zda se tam nacházejí. Možná proto navštívilo tyto farmy pouze 20 osob a to min. jednou. Zbytek lidí nikdy žádnou farmu nenavštívilo, ale chtěli by to zkusit. Nabízí se nám zde otázka, zda by lidé o farmách ve svém okolí nevěděli, kdyby měli dobrou propagaci? Jednotlivé agrofarmy se nejčastěji propagují prostřednictvím internetových stránek, letáků nebo v novinách a časopisech. Opomíjená je televizní reklama, billboardy, rádio, plakáty atd. Zajímavé je, že nadpoloviční většina respondentů se nikdy nesetkala s žádným propagačním materiálem jakékoliv agrofarmy.

Návštěvníci agrofarem, jejich důvody pro daný typ dovolené, negativa agroturistiky, pohled na nabídku a úroveň služeb farem

Další část šetření byla zaměřena na respondenty, kteří se již zúčastnili agroturismu. Zajímalo mě, jaké mají důvody pro tento druh turismu, co jim vadí a co by nemělo na farmě chybět, s kým nejčastěji tráví tuto dovolenou, zda preferují ekofarmy, jak hodnotí kvalitu ubytování a šíři nabídek agrofarem v ČR a jak je pobyt na farmě ovlivnil. Díky tomuto zjištění mohou jednotlivé farmy změnit nebo rozšířit svou nabídku podle přání svých potencionálních klientů, čímž přilákají více návštěvníků a tím zvýší své příjmy. Mezi nejčastěji udávané hlavní důvody pro dovolenou na agrofarmě (ve srovnání s jinými typy dovolených) patří příroda, hezké prostředí, zvířata a možnost poznání chodu farmy. Pro účastníky této dovolené je důležité, aby v nabídce a vybavení farmy nechyběla samotná prohlídka farmy, turistické možnosti a dětský koutek, zároveň jim vadí především obtížný hmyz, ranní vstávání, zápach a žádný nebo minimální večerní program. Většina respondentů, kteří mají s daným typem dovolené zkušenost, označila nabídku agrofarem v ČR jako podprůměrnou.

Lépe dopadlo hodnocení ubytování na českých farmách, které berou jako průměrné. Více než polovina z tohoto okruhu dotazovaných trávila danou dovolenou s partnerem nebo partnerkou a s dítětem nebo dětmi. Pouze jeden člověk navštívil agrofarmu v rámci pracovní akce. Tito lidé se o jimi navštívené farmě dozvěděli především od svých přátel a známých nebo přímo přes internetové stránky agrofarmy. Zajímavé je, že téměř polovina z nich preferuje ekofarmy, ale při dovolené to pro ně není podmínkou a téměř stejné množství udává, že pro ně není důležité, zda farma hospodaří ekologicky či ne. Více než 50 % lidí (bráno z počtu návštěvníků agrofarem) získalo díky této dovolené lepší vztah k přírodě. Téměř stejné množství respondentů zároveň poznalo práci zemědělců a větší význam rodinného života.

Pohled potencionálních návštěvníků

V poslední části dotazníku měli respondenti určit jaké služby a akce by jim vyhovovali při agroturisticky zaměřené dovolené. Téměř 58 % z celkového počtu 128 respondentů by volilo ubytování přímo na farmě. 50 % lidí by chtělo využít stravovacích služeb prostřednictvím polopenze. V ČR převažuje nabídka snídání nebo žádného stravování. Právě tyto možnosti si zvolilo pouze 9 % osob. Necelých 75 % respondentů by mělo zájem o speciální akce konané přímo na agrofarmě. Nejčastěji by měli zájem o zabíjačku, různé

oslavy a o akce pro sportovce. V další otázce si mohli dotazovaní zvolit z 9 služeb a akcí ty, které by chtěli při dovolené na agrofarmě zkusit a navštívit. Nejčastěji zvolenou akcí se staly ukázky a recepty tradiční kuchyně. Těsně za nimi se umístily sportovní činnosti, seznámení se s tradičními řemesly, různé exkurze a návštěva přírodních a kulturních zajímavostí. Našli se však i jedinci (konkrétně 42 lidí), kteří by se rádi zúčastnili i ochrany lesů a krmení lesní zvěři. Poslední otázka byla zaměřena na dopravní dostupnost zařízení při výběru vhodné dovolené. Ze všech respondentů je dopravní dostupnost důležitá pro 41 % lidí. Pro 22 % osob je důležitá jak kdy, závisí to například na tom, zda zrovna cestují s dětmi či ne.

5.2 SWOT analýza agroturistiky v ČR

Na základě výsledků z výzkumu a zjištěných údajů, prostudované literatury a materiálů byla provedena SWOT analýza, která má za úkol zjistit silné a slabé stránky české agroturistiky, její příležitosti i ohrožení.

Silné stránky

Mezi silné stránky agroturistiky v České republice patří:

- výhodná geografická poloha ČR (srdce Evropy, morfologie, nadmořská výška, klimatické podmínky),
- velké přírodní bohatství (vysoký podíl lesních ploch, zejména v horských oblastech) a množství přírodních atraktivit (národní parky a chráněné krajinné oblasti),
- folklórní atraktivity, bohatství historických, kulturních a technických památek,
- široká nabídka sportovního vyžití přímo v jednotlivých zařízeních nebo v jejich okolí (cyklostezky, hipoturistika, pěší turistika, lyžování atd.),
- dobře značená síť turistických tras a stezek po celé republice,
- hustá silniční a železniční síť (dobrá dopravní dostupnost k zařízením),
- příznivé podmínky pro zemědělskou prvovýrobu v nížinných oblastech,
- tradice a původní architektura venkovského obydlí,
- členitost terénů,
- cenová dostupnost agroturistiky,
- chov zvířat (např. koní, krav, ovcí apod.) přímo na farmách,
- různorodá zemědělská produkce,
- nabídka přírodních produktů na jednotlivých farmách,
- vstřícnost a ochota venkovských lidí,
- rostoucí zájem společnosti o rozvoj venkova.

Slabé stránky

Do slabých stránek agroturismu v našem státě se řadí:

- malá nabídka ubytovacích zařízení v oblasti agroturistiky,
- nízká kvalita základních a doplňkových služeb,
- zanedbaný vzhled zemědělských objektů,
- úzká nabídka stravovacích služeb,
- neupravený vzhled obcí a vesnic,

- nedostatečná informovanost a propagace agroturistiky a agrofarem,
- slabé nebo žádné ekologické cítění lidí,
- nedostatek akcí pro rodiny s dětmi,
- žádný nebo slabý večerní program a nedostatečná nabídka možností volnočasových aktivit v malých obcích,
- nízká úroveň příjmů - díky vlivu přírodních podmínek se jedná o sezónní záležitost,
- absence seznamu všech agroturistických zařízení,
- služby zdravotnictví,
- nízká jazyková vybavenost provozovatelů agroturistiky a jejich zaměstnanců,
- chybějící kvalifikovaná pracovní síla na venkově,
- slabá spolupráce místních obyvatel s agroturistickým podnikáním,
- špatný stav komunikací,
- nedostatek kapitálu ve venkovském prostoru,
- celkově nižší úroveň vzdělanosti venkovských obyvatel.

Příležitosti

Daná forma cestovního ruchu může využít jednotlivých příležitostí, jako jsou:

- využití zájmu turistů o zdravý životní styl, pobyt v přírodě, tradiční akce, místní produkty, speciální akce (zabíjačky, oslavy apod.) v rámci agroturistiky,
- rozvoj znalostí v oblasti agroturistiky,
- zvyšující poptávka po dovolené v České republice,
- podpora propagace, informačních a komunikačních technologií a center v cestovním ruchu,
- přestavba budov agrofarem a jejich okolí,
- rozvoj nových produktů venkovského cestovního ruchu,
- využívání státních dotací a fondů,
- zvyšování zájmu obyvatel o udržitelný cestovní ruch a ekologii,
- budování odbytových center (prodejen) zemědělských prvovýrobců,
- využití „Programu obnovy venkova“ pro rozvoj cestovního ruchu na venkově,
- obnova zvyků a tradic českého venkova,
- rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb,
- pořízení jiných druhů hospodářských zvířat,
- nové pracovní příležitosti,

- zřízení vlastní dopravy pro turisty,
- rozvoj turistických aktivit v jednotlivých oblastech,
- obnova a rozvoj venkovských obcí.

Ohrožení

Agroturistika v ČR může čelit ohrožením typu:

- nedostatečná podpora státu,
- ekonomická krize,
- nemoci zvířat na farmách (př. rychle se šířící nemoc dobytka),
- negativní přírodní a klimatické jevy (př. povodeň),
- podcenění profesionální přípravy podnikatele a jeho zaměstnanců,
- zhoršování dopravní dostupnosti na venkov,
- klesající zájem o venkovský cestovní ruch,
- zahraniční konkurence, která nabízí kvalitnější ubytování a další služby,
- malý zájem občanů o podnikání ve službách na venkově,
- značné zvýšení nezaměstnanosti,
- poškozování zdrojů venkovského cestovního ruchu (zejména přírodu, ale i historické, architektonické, technické a kulturní atraktivity).

6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Daná část bakalářské práce se zabývá vlastními návrhy a doporučeními, které jsou dle mého názoru základem pro úspěšný rozvoj agroturistiky v ČR. Byly zde využity jak poznatky z dotazníkového výzkumu a SWOT analýzy, tak poznatky vlastní.

Propagace agroturistiky a agrofarem

Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, lidé se setkávají s propagačním materiálem agrofarem pouze zřídka nebo vůbec. Pokud však chceme rozvíjet tento druh turismu v naší republice, musíme popracovat především na jeho propagaci. Jednotlivé agrofarmy by se kromě vlastních internetových stránek a turistických informačních center mohly propagovat pomocí letáků, billboardů, plakátů, novin, časopisů nebo prostřednictvím televize, rádia a rozhlasu. Vhodná by byla reklama prostřednictvím televizního spotu, který by byl zaměřen celkově na agroturistiku a veškeré agrofarmy. Jednalo by se o jistý druh informovanosti lidí o této variantě cestovního ruchu, dostupných službách a o možnostech turistiky s ním spjaté. Vděčnou propagací by byla i brožura, která by mohla obsahovat kromě informací o agroturistice a možnostech turistiky i seznam farem v jednotlivých krajích, jejich nabízené služby, akce, programy a atraktivita v jejich okolí. Televizní spot a zmiňovaná brožura by byly doplněny výstižným sloganem a měl je na starosti například Svaz venkovské turistiky, který by tyto způsoby reklamy financoval. Farmy, které by chtěly být uvedené v dané brožuře, by platily Svazu venkovské turistiky pravidelné (např. roční) poplatky.

Širší nabídka ubytovacích možností a rozšíření stravovacích služeb

Možným řešením pro rozšíření ubytovacích služeb by byla výstavba ubytovacích chatků ve volné přírodě nebo v areálu farem. Tyto chatky by však měly mít zavedenou elektřinu, dostupnou vodu a také by v jejich blízkosti měla být toaleta. Pokud by to však bylo finančně náročné a agrofarmy by nemohly zrealizovat tento projekt, můžou alespoň vyčlenit část pozemku pro karavany a stany. Zde je však potřeba umožnit připojení karavanů k elektřině a zajistit nové nebo rekonstruovat současné sociální zařízení pro hosty. Ubytovací kapacitu lze rozšířit i prostřednictvím vybudování podkrovních pokojů přímo v budově rodinné farmy. Toto ubytování by patřilo k těm luxusnějším a uspokojilo by náročnější zákazníky. Jednotlivé statky mají příležitost vytvořit netradiční noclehárny, které by je nijak zvlášť finančně nezatěžovaly. Je řeč o spaní na slamníku, které by bylo nabízeno pouze na jednu noc a to

v rámci programu na agrofarmě nebo na několik nocí pro odvážné návštěvníky, kteří si chtějí zkusit selský život se vším všudy.

Prostřednictvím dotazníkového výzkumu jsme zjistili, že lidem by nejvíce vyhovovalo stravování formou polopenze, které sice přináší pro provozovatele agroturistiky větší starosti a zátěž, ale zároveň by přilákalo více klientů. V blízkosti agrofarmy by každopádně neměl chybět obchod s potravinami. Jestli je ale nejbližší obchod daleko, měl by provozovatel agroturistiky umožnit nákup základních potravin přímo na farmě.

Rozšíření služeb, akcí a atrakcí

Abychom uspokojili co nejvíce klientů, měli bychom se zaměřit na jednotlivé typy návštěvníků a připravit pro ně vhodný program a služby. Je zde řeč především o programu pro celou rodinu, pro mladé i pro seniory, který by vytvořili samy agrofarmy podle jejich dostupných možností. Každá agrofarma by si mohla obstarat z řad pracovníků průvodce přírodou, který by byl kdykoliv k dispozici. Mohl by za úplatu pravidelně provázet nové skupinky lidí po okolí a seznámit je s přírodními zajímavostmi, dostupnou turistikou, atrakcemi, kulturními a společenskými možnostmi. Daného průvodce by mohla nahradit i brožura vztahující se k dané agrofarmě a jejímu okolí, která by byla darována nebo nabízena za symbolický poplatek nově přichozím návštěvníkům.

Farmy by měly zajistit i večerní program, který by se mohl odehrávat v duchu vesnické zábavy. Tento program by byl doprovázen živou nebo reprodukovanou hudbou, humornými scénkami a vhodným občerstvením. Konal by se při větším množství zákazníků, a to minimálně jednou během jejich pobytu. Statky by mohly zvýšit své příjmy i tím, že by nabízely například tábory pro děti se zaměřením na péči a starostlivost o zvířata, pěstitelství a výuku jízdy na koních. S tímto projektem by se však spojovalo mnoho starostí, financí a zodpovědnosti, protože je zde nutno zajistit jak ubytovací a stravovací služby, tak sociální zařízení, hygienické a zdravotní kontroly, dozor, příslušný program, prostorný areál apod. Do nabídky farem by bylo dobré zahrnout i speciální akce jako zabíjačky, oslavy, svatby, akce pro sportovce (např. soutěž v lukostřelbě na terče vyrobené v podobě farmářských zvířat, sraz z klubu milovníků hipoturistiky apod.).

Kromě prohlídky statku, starostlivosti o hospodářská zvířata, sportovní činnosti, návštěvy přírodních a kulturních zajímavostí by se mohli turisté zúčastnit i ukázek tradiční

kuchyně, pěstování tradičních nebo zapomenutých odrůd bylinek, zeleniny, květin a ovoce. Zajímavá by pro ně mohla být i ochrana lesů a krmení lesní zvěře nebo různé exkurze po dílnách s ukázkami tradičních řemesel. Všechny tyto návrhy služeb a akcí můžou přilákat zákazníky, díky kterým mohou dosáhnout agrofarmy vyšších příjmů.

Rekonstrukce budov na farmách a rozšíření jejich areálů

Pro větší atraktivitu pobytu na statku by bylo dobré vystavět v jeho prostranství venkovní posezení s krbem, které by bylo volně přístupné nebo malý parket, na kterém by se konal večerní program a zábava. Pokud v okolí jednotlivých agrofarem není dostupné přírodní nebo uměle vytvořené koupaliště, bylo by vhodné vystavět v areálu jednotlivých farem bazén, který by se zaručeně stal velkým lákadlem zejména pro mladé a rodiny s dětmi (pro tento typ by bylo žádoucí rozšířit areál i o dětské hřiště a různé průlezky). Příliš zchátralé budovy farem nejsou vůbec oku lahodící, proto by vyžadovali kolikrát i rozsáhlou rekonstrukci či modernizaci (např. bezbariérový přístup). Všechny návrhy ale přináší velkou finanční zátěž, kterou by mohli provozovatelé snížit tím, že by se snažili získat tyto investice z různých fondů a dotací.

Umožnění dopravní dostupnosti k farmám

I když máme v ČR hustou dopravní síť, je obtížné dostat se k některým statkům, které jsou umístěné dále od autobusových zastávek či vlakových nádraží, čímž přichází farmy o potencionální klienty. Pro tyto případy by mohli provozovatelé agroturismu zahrnout do své nabídky služeb dovoz a odvoz svých klientů. K přepravě lidí by jim sloužil například mikrobús. V případě, že by návštěvníci zůstali na farmě pět a více dnů, byl by odvoz i dovoz zdarma. Pokud by zde trávili dovolenou tři nebo čtyři dny, platili by pouze jednu cestu, a kdyby se zdrželi méně než tři dny, zaplatili by odvoz tam i zpět.

7 ZÁVĚR

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo prostřednictvím sběru informací čerpaných z literatury, z vlastního dotazníkového šetření, z internetových portálů a z vlastní sestavené SWOT analýzy, nastínit návrhy a doporučení, které by mohly vést k většímu uplatnění a především rozvoji agroturistiky v České republice.

Po vysvětlení základních pojmů souvisejících s venkovskou turistikou a agroturistikou bylo za účelem zjištění současného stavu agroturistiky v ČR provedeno dotazníkové šetření, které sloužilo spolu s veškerými získanými teoretickými poznatky jako podklad k sestavení SWOT analýzy. Daného šetření se zúčastnilo 128 respondentů a jako takový měl dobrou vypovídací hodnotu. Některé otázky však byly určeny pouze osobám, které se agroturistiky zaměřené dovolené již účastnily, ale nebylo jich právě mnoho (dvacet osob). Tyto výpovědi měly proto nízkou vypovídací hodnotu.

I když se s pojmem agroturistika lidé stále více setkávají prostřednictvím internetu nebo výuky ve škole, celková informovanost o dané formě cestovního ruchu není adekvátní. Stěžejním problémem rozvoje agroturistiky může být fakt, že mnoho lidí vůbec neví, zda mají ve svém okolí agrofarmu, což souvisí s nedostatečnou propagací. V dnešní době existují různé možnosti jak informovat lidi o svém podnikání, a přesto se většina lidí nikdy nesetkala s žádnými propagačními materiály jakékoliv agrofarmy. Návštěvníci agrofarem očekávají od agroturistiky především kontakt s přírodou a zvířaty, hezké prostředí, ale také počítají s možností prohlídky farmy a jízdou na koni. Rádi by rozšířili nabídku služeb o ukázky receptů tradiční kuchyně a řemesel, speciální akce (zabíjačky, svatby apod.) a o sportovní činnosti (pěší turistika, plavání, cykloturistika apod.). Důležitou roli při výběru dovolené hraje dopravní dostupnost jednotlivých zařízení. Nejčastěji se účastníme daného typu dovolené se svými partnery a dětmi. Přesto, že se pobyt na farmách mnoha lidem líbí, vadí jim obtížný hmyz, ranní vstávání, zápach a žádný nebo slabý večerní program. Možná proto je tento typ turistiky jistými lidmi nevyhledáván. Účastníci agroturisticky zaměřené dovolené shledávají nabídku agrofarem v ČR a kvalitu ubytování jako podprůměrnou. Jednou z příčin může být, že podnikatelé neinvestují do rozšíření areálu agrofarmy, ubytování nebo do rekonstrukce budovy, protože mají nízké příjmy, tudíž nemají potřebný kapitál.

Díky nashromážděným informacím byla sestavena SWOT analýza, která je nedílnou součástí dané práce. Bylo odhaleno množství silných stránek (např. výhodná geografická poloha ČR, velké přírodní bohatství a množství přírodních atraktivit, dobře značená síť turistických tras a stezek po celé republice, tradice a původní architektura venkovského osídlení, cenová dostupnost agroturistiky, různorodá zemědělská produkce atd.), slabých stránek (např. malá nabídka ubytovacích zařízení v oblasti agroturistiky, nízká kvalita základních a doplňkových služeb, zanedbaný vzhled zemědělských objektů, úzká nabídka stravovacích služeb, nedostatečná propagace agroturistiky a agrofarem atd.), příležitostí (např. využití zájmu turistů o zdravý životní styl, pobyt v přírodě, tradiční akce, místní produkty, speciální akce, rozvoj znalostí v oblasti agroturistiky, obnova zvyků a tradic českého venkova, rozvoj ubytovacích a stravovacích služeb atd.) a ohrožení (např. nedostatečná podpora státu, ekonomická krize, klesající zájem o venkovský cestovní ruch atd.). Na základě těchto zjištění bylo navrženo hned několik způsobů jak více podpořit a rozvíjet agroturistiku v ČR. Je zde řeč o:

- propagaci agroturistiky a agrofarem prostřednictvím televizního spotu, informační brožury a dalších propagačních materiálů, které by přilákaly více návštěvníků,
- širší nabídce ubytovacích možností a o rozšíření stravovacích služeb,
- rozšíření služeb, akcí a atrakcí abychom uspokojili co nejvíce klientů (zajištění večerního programu, ukázky tradiční kuchyně, účast na ochraně lesů a krmení lesní zvěře, pěstování tradičních nebo zapomenutých odrůd bylinek, zeleniny apod.),
- rekonstrukci budov na farmách a o rozšíření jejich areálů (posezení s krbem, malý taneční parket, bazén, bezbariérové přístupy),
- umožnění dopravní dostupnosti k farmám tím, že by provozovatelé agroturistiky nabízeli odvoz i dovoz (např. z autobusové zastávky na agrofarmu) vlastním mikrobusem.

Na základě dosažených výsledků lze říci, že Česká republika má velký potenciál v rozvoji agroturistiky. Ne všechny farmy však mají pro agroturistiku skutečně dobré podmínky. Důležité je využít toho, co máme a zvážit jaké máme podmínky (např. jestli máme co nabídnout návštěvníkům, zda jsme schopni zabezpečit potřebné služby, jestli budeme umět pracovat s lidmi, zda se dokážeme přizpůsobit novým požadavkům návštěvníků a jít s dobou apod.). Dále je vhodné poučit se v zahraničí, podpořit a vyvíjet své pozitivní vlastnosti

a možnosti, které republika má a přitom si najít vlastní cestu, jak vyniknout a odlišit se od ostatních zemí, čímž můžeme přilákat zahraniční turisty.

Zjištěné informace, získané prostřednictvím dotazníkového výzkumu a poznatky ze SWOT analýzy spolu s navrženými doporučeními budou poskytnuty Svazu venkovské turistiky, aby pomohly rozvoji agroturistiky v ČR. Poté bude záležet na tom, do jaké míry pokládají dané informace za důležité a zda je budou brát na vědomí. Pokusí se například zintenzivnit propagaci agroturistiky a agrofarem? To uvidíme v blízké budoucnosti.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje

- [1] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- [2] FORETOVÁ, Věra a Miroslav FORET. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] HESKOVÁ, Marie a kolektiv. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-901-7.
- [4] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [5] LACINA, Karel. *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha: PrintActive, 2010. ISBN 978-80-7408-035-7.
- [6] NĚMČANSKÝ, Milan. *Agroturistika*. Karviná: KarTis, 1996. ISBN 80-85879-36-0.
- [7] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Přeložili Hana KRUISOVÁ a Jitka MÍŠKOVÁ. Praha: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [8] POUROVÁ, Marie. *Agroturistika*. Praha: Credit, 2002.
- [9] POUROVÁ, Marie. *Agroturistika, možnosti rozvoje a perspektiva v České republice*. Praha: Kufr, 2000. ISBN 80-213-0672-6.
- [10] POUROVÁ, Marie. *Marketing a management venkovského cestovního ruchu*. Praha: Tiskárna Úvaly, 2010. ISBN 978-80-254-7787-8.
- [11] POUROVÁ, Marie a Marie STRÍBRNÁ. *Venkovská turistika: zlepšení marketingových a odborných znalostí provozovatelů agroturistických farem*. Klatovy: Typos, 2003. ISBN 80-903093-5-6.

- [12] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. rozš. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [13] RYGLOVÁ, Kateřina a kolektiv. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [14] STŘÍBRNÁ, Marie. *Venkovská turistika a agroturistika*. Praha: Profi Press, 2005. ISBN 80-86726-14-2.
- [15] ŠKODOVÁ PARMOVÁ, Dagmar. *Agroturistika*. České Budějovice: Typodesign, 2007. ISBN 978-80-7394-009-6.

Internetové zdroje

- [16] THE BIRDWATCHING WEB OF ROBERT DOLEŽAL. Birdwatching - základní pojmy. *Birdwatcher.cz* [online]. ©1999-2012 [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: http://www.birdwatcher.cz/birdwatching_pojmy.html
- [17] VIA RUSTICA OBČANSK0 SDRUŽENÍ. Agroturistika. *Profesni-vzdelavani.viarustica.cz* [online]. [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: <http://profesni-vzdelavani.viarustica.cz/page/agroturistika/>
- [18] SVAZ VENKOVSKÉ TURISTIKY. Poslání svazu. *Svazvt.cz* [online]. [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: <http://www.svazvt.cz/index.html>
- [19] ECEAT QUALITY-TRAVEL-EXPERTISE. Vítejte na stránkách ECEAT, European Centre for Ecology and Tourism. *Eceat.cz* [online]. ©2008 [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: <http://www.eceat.cz/>
- [20] NORDIC WALKING. Co je Nordic Walking. *Cz-nordicwalking.com* [online]. [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://www.cz-nordicwalking.com/>

- [21] KEMPY V ČR. Stanovy Asociace – společenstva. *Camp.cz* [online]. ©2009-2012 [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://www.camp.cz/asociace/stanovy.aspx?sflang=cs/>
- [22] SAMURAJ PRO SPRÁVNÉ CHLAPY. Extrémní sporty – seznam, charakteristika a odkazy. *Samuraj.cz* [online]. ©2012 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.samuraj.cz/clanek/extremni-sporty-seznam-charakteristika-a-odkazy/>
- [23] KLUB ČESKÝCH TURISTŮ. Úvod. *Kct.cz* [online]. © 2005-2011 [cit. 2012-03-06]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/uvod/>
- [24] KUDY Z NUDY, DOVOLENÁ V ČESKU – LETÍ. Turistická informační centra (TIC). *Kudyznudy.cz* [online]. ©2010 [cit. 2012-03-27]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Cestovani-po-CR/TIC.aspx>
- [25] OFICIÁLNÍ PORTÁL PRO PODNIKÁNÍ A EXPORT. Hlavní faktory regionálního rozvoje ČR. *Businessinfo.cz* [online]. ©1997-2011 [cit. 2012-03-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/rozvoj-regionu/factory-regionalniho-rozvoje-cr-kultura/1001179/46067/?rtc=2/>
- [26] PLZEŇSKO NA KOLE. *Plzenskonakole.cz* [online]. ©2007-2012 [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://www.plzenskonakole.cz/cz/nejlepsi-zarizeni-cykliste-vitani-v-plzenskem-kraji-oceneno-398/>
- [27] SVAZ VENKOVSKÉ TURISTIKY. Logo svazu. *Svazvt.cz* [online]. [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: http://www.svazvt.cz/downloads/Logo_svaz_VT.jpg
- [28] ADROP. Bungee dumping. *Adrenalinove-darky.cz* [online]. ©2005-2011 [cit. 2012-03-06]. Dostupné z: <http://www.adrenalinove-darky.cz/cs/bungee-jumping/>
- [29] FORUM PRO PŘÍZNIVCE KARAVANINGU. Kempy. *Karavan-forum.cz* [online]. ©2010 [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: <http://www.karavan-forum.cz/kempy-cr.html>

- [30] INTERNETOVÝ ZEMĚDĚLSKÝ PORTÁL. Co limituje rozvoj agroturistiky. *Agroweb.cz* [online]. [cit. 2012-02-14]. Dostupné z: http://www.agroweb.cz/Co-limituje-rozvoj-agroturistiky__s43x56529.html
- [31] KLUB ČESKÝCH TURISTŮ. Ke stažení - loga. *Kct.cz* [online]. ©2005-2011 [cit. 2012-03-06]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/sites/default/files/users/user1/foto/loga/logo-kct-velke.jpg>
- [32] HORYDOLY. Dovolená na venkově. *Horydoly.cz* [online]. ©2003-2012 [cit. 2012-03-06]. Dostupné z: <http://www.horydoly.cz/business/dovolena-na-venkove.html>
- [33] NOVINKY. Unesco. *Tema.novinky.cz* [online]. ©2003–2012 [cit. 2012-04-05]. Dostupné z: <http://tema.novinky.cz/unesco>
- [34] SCIO. Statistické pojmy. *Scio.cz* [online]. ©2008-2011 [cit. 2012-04-05]. Dostupné z: http://www.scio.cz/vyzkum/tvorba_testu/statisticke-pojmy/index.asp#rozptyl_smerodatna_odchylka
- [35] SLOVNÍK CIZÍCH SLOV. Generel. *Slovník-cizich-slov.info* [online]. © 2011 [cit. 2012-04-05]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.info/najit?co=generel>

SEZNAM ZKRATEK

AIENT	Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (Výběrová mezinárodní organizace odborníků v oblasti cestovního ruchu)
ASZ	Asociace soukromého zemědělství
cca	cirka, přibližně
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
CHKO	chráněná krajinná oblast
ECEAT	European Centre for Ecology and Tourism (Evropské centrum pro ekologii a cestovní ruch)
ISBN	International Standard Book Numbering (Identifikační číslo typu knihy)
KČT	Klub českých turistů
TC	turistické centrum
TIC	turistické informační centrum
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu)
www	world wide web (webová stránka)
WTO	World Trade Organization (Světová obchodní organizace)

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 3.1 Označení certifikace	28
Obr. 3.2 Bungee jumping	30
Obr. 3.3 Logo organizace ECEAT	35
Obr. 3.4 Logo Svazu venkovské turistiky	35
Obr. 3.5 Logo Klubu českých turistů	36
Obr. 3.6 Logo organizace Kempy a chatové osady ČR – Živnostenské společenstvo	36

SEZNAM TABULEK

Tab. 3.1: Frankenbergovy městské a venkovské protiklady	16
Tab. 3.2: Protikladné rysy městské turistiky, TC, letovisek a venkovské turistiky	17
Tab. 5.1: K otázce č. 11	53
Tab. 5.2: K otázce č. 13	55

SEZNAM GRAFŮ

Graf 5.1: K otázce č. 1.....	46
Graf 5.2: K otázce č. 2.....	47
Graf 5.3: K otázce č. 3.....	48
Graf 5.4: K otázce č. 4.....	48
Graf 5.5: K otázce č. 5.....	49
Graf 5.6: K otázce č. 6.....	50
Graf 5.7: K otázce č. 7.....	50
Graf 5.8: K otázce č. 8.....	51
Graf 5.9: K otázce č. 9.....	52
Graf 5.10: K otázce č. 10.....	53
Graf 5.11: K otázce č. 12.....	54
Graf 5.12: K otázce č. 14.....	55
Graf 5.13: K otázce č. 15.....	56
Graf 5.14: K otázce č. 16.....	57
Graf 5.15: K otázce č. 17.....	57
Graf 5.16: K otázce č. 18.....	58
Graf 5.17: K otázce č. 19.....	59
Graf 5.18: K otázce č. 20.....	59
Graf 5.19: K otázce č. 21.....	60
Graf 5.20: K otázce č. 22.....	61
Graf 5.21: K otázce č. 23.....	61
Graf 5. 22: K otázce č. 24.....	62
Graf 5.23: K otázce č. 25.....	63
Graf 5.24: K otázce č. 26.....	63
Graf 5.25: K otázce č. 27.....	64
Graf 5.26: K otázce č. 28.....	64
Graf 5.27: K otázce č. 29.....	65
Graf 5.28: K otázce č. 30.....	65
Graf 5.29: K otázce č. 31.....	66
Graf 5.30: K otázce č. 32.....	66

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne

.....
jméno a příjmení studenta

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Tabulky sloužící jako podklad pro vytvoření grafů

Příloha č. 3: Fotodokumentace agrofarem v ČR

Příloha č. 4: Fotodokumentace agrofarem v zahraničí

„Agroturistika v ČR“

Dobrý den,

jsem studentkou 3. ročníku Ekonomiky cestovního ruchu na Vysoké školy báňské. Prosím Vás o vyplnění dotazníku, který se týká současného stavu agroturistiky v ČR. Získané údaje budou využity v mé bakalářské práci na téma „Uplatnění a rozvoj agroturistiky v ČR. Tato data budou anonymní, nebudou nijak zneužita. Předem Vám moc děkuji za vyplnění, bez Vašich informací bych svou bakalářskou práci nemohla zpracovat. V dotazníku zaznačte zakroužkováním nebo křížkováním tu možnost, která nejlépe odpovídá Vaší situaci a v otevřených otázkách vyjádřete prosím svůj názor.

1. Setkal/a jste se s pojmem agroturistika (venkovský cestovní ruch, ekoturistika, ekoagroturistika atd.)?

- ☐ Ano, znám tuto formu.
- ☐ Něco mi to říká, ale neumím to definovat.
- ☐ Neznám tuto formu cestovního ruchu.

2. Kde jste se s tímto pojmem setkal/a? (můžete zvolit více odpovědí)

- ☐ V časopise, novinách.
- ☐ Na internetu.
- ☐ Od rodiny, přátel, známých.
- ☐ Ve škole.
- ☐ V televizi.
- ☐ V cestovní kanceláři.
- ☐ Navštívil jsem osobně.
- ☐ Prostřednictvím propagačních materiálů jednotlivých agrofarem.
- ☐ Nesetkal/a jsem se s tímto pojmem.
- ☐ Jinde:

3. Máte ve svém okolí agrofarmu?

- ☐ Ano, vím o jedné.
- ☐ Ano, několik agrofarem.
- ☐ Ne, žádná se v mém okolí nevyskytuje (v tomto případě přejděte na otázku č. 7).
- ☐ Nejsem si jist/á (v tomto případě přejděte na otázku č. 7).

4. Pokud ano, navštívil/a jste ji?

- ☐ Ano, jednou.
- ☐ Ne, ještě jsem ji nenavštívil/a.
- ☐ Ano, 2-3 krát.
- ☐ Více než 3krát.

5. Všimli jste si jakékoliv změny na agrofarmě ve Vašem okolí, rozvíjela se v období 5 let?

- ☐ Ne, tato farma je pořád stejná, se stejnými službami.
- ☐ Ano, tato farma prošla několika změnami.

6. Jakými změnami tato farma prošla? (můžete zvolit několik odpovědí):

- ☐ Přestavba budovy.
- ☐ Rozšíření služeb.
- ☐ Nové atrakce.
- ☐ Rozšíření areálu.
- ☐ Změna v typu ubytování.
- ☐ Zvýšili propagaci.
- ☐ Jiné:

7. Jakým způsobem se tato farma propaguje? Vyberte, se kterými druhy jste se setkal/a (můžete zvolit více odpovědí).

- ☐ Letáky
- ☐ Plakáty
- ☐ V rozhlase
- ☐ V novinách a časopisech
- ☐ Prostřednictvím rádia
- ☐ Internetové stránky
- ☐ Billboardy
- ☐ Prostřednictvím turistického informačního centra
- ☐ Prostřednictvím cestovních kanceláří
- ☐ V televizi
- ☐ Jinak:

8. Setkali jste se s propagačními materiály jakékoliv agrofarmy?

- ☐ Ne, dosud jsem se nesetkal/a s žádnými propagačními materiály agrofarem.
- ☐ Ano, setkal/a jsem se s různými propagačními materiály

9. Jaké propagační materiály to byly? (můžete zvolit více odpovědí):

- ☐ Letáky
- ☐ Plakáty
- ☐ V rozhlase
- ☐ V novinách a časopisech
- ☐ Prostřednictvím rádia
- ☐ Internetové stránky
- ☐ Billboardy
- ☐ Prostřednictvím turistického informačního centra
- ☐ Prostřednictvím cestovních kanceláří
- ☐ V televizi
- ☐ Jiné:

10. Zúčastnil/a jste se někdy agroturisticky zaměřené dovolené?

- ☐ Ano, několikrát ročně.

- ☐ Ano, jednou za pár let.
- ☐ (Téměř) každý rok.
- ☐ Ano, výjimečně.
- ☐ Ne, není to nic pro mě. (v tomto případě přejděte na otázku č. 19)
- ☐ Ne, ale chtěl/a bych to zkusit. (v tomto případě přejděte na otázku č. 19)

11. Jaké jsou Vaše hlavní důvody pro agroturistiku? Co očekáváte od dovolené na agrofarmě ve srovnání s jinými typy dovolených? Zakroužkujte od 1 do 4 (1 = rozhodně důležité, 2 = spíše důležité, 3 = spíše nedůležité, 4 = rozhodně nedůležité):

Příroda.	1	2	3	4
Zvířata.	1	2	3	4
Hezké prostředí.	1	2	3	4
Možnost turistiky.	1	2	3	4
Rodinná atmosféra.	1	2	3	4
Domácí strava/biopotraviny.	1	2	3	4
Možnost poznat chod farmy.	1	2	3	4
Klid.	1	2	3	4

12. Co Vám na agroturistice vadí? (můžete zvolit více odpovědí)

- ☐ Obtížný hmyz.
- ☐ Zápach.
- ☐ Hluk strojů.
- ☐ Kohoutí kokrhání (jiné zvířecí zvuky).
- ☐ Ranní vstávání.
- ☐ Nízký komfort ubytování.
- ☐ Slabý nebo žádný večerní program.
- ☐ Jiné:

13. Co je pro Vás na agrofarmě důležité? Co by v jejím vybavení/nabídce podle Vašeho názoru nemělo chybět? Ohodnoťte od 1 do 4 (1 = rozhodně důležité, 2 = spíše důležité, 3 = spíše nedůležité, 4 = rozhodně nedůležité):

Možnost prohlídky farmy.	1	2	3	4
Dětský koutek.	1	2	3	4
Zookoutek.	1	2	3	4
Možnost vaření, stravování.	1	2	3	4
Společenská místnost.	1	2	3	4
Dětské hřiště.	1	2	3	4
Možnost půjčování sportovních a jiných potřeb.	1	2	3	4
Možnost jezdeckví.	1	2	3	4
Turistické možnosti	1	2	3	4
Jiné (prosím dopište):	1	2	3	4

14. Jak hodnotíte šíři nabídky v oblasti v ČR na škále 1-10 (zakroužkujte 1 – špatná, 10 – výborná)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

15. Jak hodnotíte kvalitu ubytování na agrofarmách v ČR na škále 1-10 (zakroužkujte 1 – špatná, 10 – výborná)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

16. Jak jste se dozvěděli o agrofarmě, kde jste trávili dovolenou? (V případě více dovolených můžete označit více odpovědí)

- ☐ Na internetu, přímo přes stránky farmy.
- ☐ Na internetu, přes zprostředkovatelské stránky.
- ☐ V katalogu s nabídkou ubytování daného regionu.
- ☐ V cestovní kanceláři.
- ☐ Od přátel/známých.
- ☐ Díky reklamní ceduli u silnice.
- ☐ Z inzerce v tisku.
- ☐ Jinak (uved'te prosím jak):

17. S kým jste dovolenou /dovolené na agrofarmě trávili?

- ☐ Sám/sama.
- ☐ S partnerem/partnerkou.
- ☐ S dítětem/děťmi.
- ☐ S rodiči.
- ☐ S přáteli.
- ☐ S kolegy v rámci pracovní akce/semináře atp.
- ☐ S někým jiným (prosím uveďte s kým):

18. Zajímají Vás i „konvenční“ agrofarmy, nebo preferujete ty ekologicky hospodařící?

- ☐ Ekofarmy zásadně nenavštěvují.
- ☐ Není pro mne důležité, jestli farma hospodaří ekologicky či ne.
- ☐ Preferuji ekofarmy, ale při dovolené to pro mne není podmínkou.
- ☐ Navštěvuji výhradně ekofarmy.

19. Ovlivnil Vás pobyt na farmě? Pokud ano, jak? (můžete zvolit více odpovědí)

- ☐ Lepší vztah k přírodě.
- ☐ Lepší vztah ke zvířatům.
- ☐ Pochopení problémů zemědělců.
- ☐ Poznání práce zemědělců.
- ☐ Větší význam rodinného života/soudržnosti.
- ☐ Větší zájem o domácí potraviny/biopotraviny.
- ☐ Jinak (uveďte prosím jak):

20. Jaké ubytování preferujete (byste preferoval/a) během dovolené na agrofarmě?

- ☐ Přímo na farmě.
- ☐ Apartmán.
- ☐ Hotel, penzion.
- ☐ Ubytovna.
- ☐ Chata.
- ☐ V kempu.
- ☐ Vlastní odpověď:

21. O jaký způsob stravování máte (byste měl/a) zájem během dovolené na agrofarmě?

- ☐ Žádné.
- ☐ Možnost nákupu základních potravin.
- ☐ Snídaně.
- ☐ Polopenze.
- ☐ Plná penze.
- ☐ Jiný způsob (uveďte prosím jaký):

22. Měli byste zájem o speciální akce (zabíjačky, oslavy, svatby, akce pro sportovce)?

- ☐ Ne, nemám zájem.
- ☐ Ano, mám zájem speciální akce.

23. O které speciální akce byste měl/a zájem? (můžete zvolit více odpovědí)

- ☐ Zabíjačka
- ☐ Oslavy
- ☐ Svatby
- ☐ Akce pro sportovce
- ☐ Jiná akce (uveďte prosím, o jakou akci byste měl/a zájem):

24. Které služby a akce byste na dovolené této formy rádi využívali?

- ☐ Ukázky pěstování tradičních/zapomenutých odrůd bylinek, zeleniny, květin a ovoce.
- ☐ Účast na starostlivosti o hospodářská zvířata.
- ☐ Seznámení se s tradičními řemesly (krajčářství, kovárny apod.).
- ☐ Ukázky a recepty tradiční kuchyně.
- ☐ Sportovní činnost (turistika, jízda na koni, plavání, cykloturistika apod.).
- ☐ Ochrana lesů a krmení lesní zvěři.
- ☐ Exkurze (dílny tradičních řemesel, salaš, malé farmy, soukromé muzea apod.).
- ☐ Festivaly, venkovské zábavy, soutěže.
- ☐ Návštěva přírodních a kulturních zajímavostí.
- ☐ Jiné:

25. Kladete důraz na dopravní dostupnost zařízení při výběru vhodné agrofarmy (vzdálenost od zastávky autobusu či od vlaku)?

- ☐ Ano.
- ☐ Ne.
- ☐ Jak kdy (např. když cestuji s dítětem/děťmi preferuji krátkou vzdálenost).

Osobní údaje

26. Pohlaví respondenta.

- ☐ Muž.
- ☐ Žena.

27. Věk respondenta. Uved'te prosím Váš věk.

.....

28. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání.

- ☐ VOŠ
- ☐ SŠ s maturitou
- ☐ Bez vyučení
- ☐ Vyučen/a s maturitou
- ☐ Vyučen/a s výučním listem
- ☐ VŠ

29. Jaký je Váš rodinný stav?

- ☐ Svobodný/á.
- ☐ Svobodný/á, ale v trvalém vztahu.
- ☐ Ženatý/vdaná.
- ☐ Rozvedený/á.
- ☐ Vdovec/vdova.

30. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

- ☐ Student.
- ☐ Zaměstnanec.
- ☐ Podnikatel/živnostník.
- ☐ Mateřská/rodičovská dovolená.
- ☐ Důchodce/důchodkyně.
- ☐ V invalidním důchodu.
- ☐ Nezaměstnaný/á.

31. Z jakého jste kraje? Prosím doplňte:

32. Pokud máte děti, uveďte prosím jejich počet (zakroužkujte).

1

2

3

4

5

víc než 5

Děkuji za Váš čas a spolupráci

Příloha č. 2: Tabulky sloužící jako podklad pro vytvoření grafů

Veškeré tabulky v dané příloze jsou vlastní konstrukce.

1. Setkal/a jste se s pojmem agroturistika (venkovský cestovní ruch, ekoturistika, ekoagroturistika apod.)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ano, znám tuto formu	102	80 %
Něco mi to říká, ale neumím to definovat	17	13 %
Neznám tuto formu cestovního ruchu	9	7 %

2. Kde jste se s tímto pojmem setkal/a?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ve škole	64	50 %
Na internetu	60	47 %
V časopise, novinách	40	31 %
V televizi	32	25 %
Od rodiny, přátel, známých	23	18 %
Propagační materiály agrofarem	20	16 %
Nesetkal/a jsem se s tímto pojmem	9	7 %
V cestovní kanceláři	7	5 %
Jinak	3	2 %

3. Máte ve svém okolí agrofarmu?

Nabízené dpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Nejsem si jist/a	65	51 %
Ne, žádná se v mém okolí nevyskytuje	29	23 %
Ano, vím o jedné	25	20 %
Ano, několik agrofarem	9	7 %

4. Navštívil/a jste tuto farmu (farmu ve vašem okolí)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Ne, ještě jsem ji nenavštívil/a	14	41 %	11 %
Ano, jednou	8	24 %	6 %
Více než 3krát	7	21 %	5 %
Ano, 2-3 krát	5	15 %	4 %

5. Všimli jste si jakoukoliv změnu na agrofarmě ve Vašem okolí, rozvíjela se v období 5 let?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Ne, tato farma je pořád stejná, se stejnými službami	20	59 %	16 %
Ano, tato farma prošla několika změnami	14	41 %	11 %

6. Jakými změnami tato farma prošla?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Rozšíření služeb	10	71 %	8 %
Rozšíření areálu	8	57 %	6 %
Nové atrakce	8	57 %	6 %
Přestavba budovy	5	36 %	4 %
Zvýšili propagaci	5	36 %	4 %
Změna v typu ubytování	1	7 %	1 %

7. Jakým způsobem se tato farma propaguje? Vyberte, se kterými druhy jste se setkal/a (můžete zvolit více odpovědí).

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Internetové stránky	18	53 %	14 %
Prostřednictvím TIC	11	33 %	9 %
V novinách a časopisech	9	26 %	7 %
Letáky	6	18 %	5 %
Plakáty	6	18 %	5 %
Prostřednictvím rádia	4	12 %	3 %
Prostřednictvím cestovních kanceláří	4	12 %	3 %
Billboardy	3	9 %	2 %
V televizi	2	6 %	2 %
Koně z farmy jezdí po okolí	1	3 %	1 %
V rozhlasu	1	3 %	1 %
Zpětná vazba	1	3 %	1 %
Nevím, jestli se propaguje	1	3 %	1 %

8. Setkali jste se s propagačními materiály jakékoliv agrofarmy?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ne, dosud jsem se nesetkal/a s žádnými propagačními materiály agrofarem	79	62 %
Ano, setkal/a jsem se s různými propagačními materiály	49	38 %

9. Jaké propagační materiály to byly?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Internetové stránky	30	61 %	23 %
Letáky	29	59 %	23 %
Noviny a časopisy	22	45 %	17 %
Plakáty	11	22 %	9 %
Prostřednictvím TIC	11	22 %	9 %
Televize	8	16 %	6 %
Prostřednictvím cestovních kanceláří	7	14 %	5 %
Prostřednictvím rádia	5	10 %	4 %
Rozhlas	3	6 %	2 %
Kuchařka bio menu	1	2 %	1 %

10. Zúčastnil/a jste se někdy agroturisticky zaměřené dovolené?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ne, ale chtěl/a bych to zkusit	61	48 %
Ne, není to nic pro mě	48	38 %
Ano, jednou za pár let	6	5 %
Ano, výjimečně	5	4 %
Ano, několikrát ročně	5	4 %
(Téměř) každý rok	3	2 %

11. Jaké jsou Vaše hlavní důvody pro agroturistiku? Co očekáváte od dovolené na agrofarmě ve srovnání s jinými typy dovolených? Seřad'te podle důležitosti.

Nabízené odpovědi	Průměrné pořadí	Rozptyl
Příroda	2.632	3.496
Zvířata	3.526	5.302
Hezké prostředí	4.105	2.62
Možnost turistiky	4.579	4.139
Rodinná atmosféra	5.263	3.141
Domácí strava/biopotraviny	5.579	4.665
Možnost poznat chod farmy	4.526	6.039
Klid	5.789	4.587

12. Co Vám na agroturistice vadí?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Obtížný hmyz	5	26 %	4 %
Ranní vstávání	5	26 %	4 %
Zápach	4	21 %	3 %
Slabý nebo žádný večerní program	4	21 %	3 %
Nízký komfort ubytování	3	16 %	2 %
Nic mi nevadí	3	16 %	1 %
Hluk strojů	3	16 %	2 %
Kohoutí kokrhání (jiné zvířecí zvuky)	2	11 %	2 %
Suchý záchod	2	11 %	2 %

13. Co je pro Vás na agrofarmě důležité? Co by v jejím vybavení/nabídce podle Vašeho názoru nemělo chybět? Seřad'te podle důležitosti.

Nabízené odpovědi	Průměrné pořadí	Rozptyl
Možnost prohlídky farmy	3.053	8.681
Dětský koutek	6.263	7.141
Zoo-koutek	5.421	2.981
Možnost vaření, stravování	5.105	4.41
Společenská místnost	6.105	3.778
Dětské hřiště	4.947	5.734
Možnost půjčování sportovních a jiných potřeb	5.211	4.377
Možnost jezdeckví	4.895	8.515
Turistické možnosti	4	6.526

14. Jak hodnotíte šíři nabídky v oblasti v ČR na škále 1-10 (1 - špatná, 10 - výborná)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
3	9	47.37%	7.03%
5	4	21.05%	3.13%
7	2	10.53%	1.56%
8	1	5.26%	0.78%
4	1	5.26%	0.78%
2	1	5.26%	0.78%
1	1	5.26%	0.78%

15. Jak hodnotíte kvalitu ubytování na agrofarmách v ČR na škále 1-10 (zakroužkujte 1 – špatná, 10 – výborná)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
5	5	26 %	4 %
2	3	16 %	2 %
3	3	16 %	2 %
6	2	11 %	2 %
9	2	11 %	2 %
4	2	11 %	2 %
8	1	5 %	1 %
1	1	5 %	1 %

16. Jak jste se dozvěděli o agrofarmě, kde jste trávili dovolenou? (V případě více dovolených můžete označit více odpovědí)

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Od přátel/známých	14	74 %	11 %
Na internetu, přímo přes stránky farmy	12	63 %	9 %
Díky reklamní ceduli u silnice	2	11 %	2 %
Na internetu, přes zprostředkovatelské stránky	1	5 %	1 %
V cestovní kanceláři	1	5 %	1 %
V katalogu s nabídkou ubytování daného regionu	1	5 %	1 %

17. S kým jste dovolenou /dovolené na agrofarmě trávili?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
S partnerem/partnerkou	14	74 %	11 %
S dítětem/děťmi	10	53 %	8 %
S přáteli	5	26 %	4 %
S rodiči nebo s jinými rodinnými příslušníky	3	16 %	2 %
Sám/sama	1	5 %	1 %
S kolegy v rámci pracovní akce/semináře atp.	1	5 %	1 %

18. Zajímají Vás i „konvenční“ agrofarmy, nebo preferujete ty ekologicky hospodařící?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Preferuji ekofarmy, ale při dovolené to pro mne není podmínkou	9	47 %	7 %
Není pro mne důležité, jestli farma hospodaří ekologicky či ne	8	42 %	6 %
Ekofarmy zásadně nenavštěvuji	1	5 %	1 %
Navštěvuji výhradně ekofarmy	1	5 %	1 %

19. Ovlivnil Vás pobyt na farmě? Pokud ano, jak?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Lepší vztah k přírodě	10	53 %	8 %
Poznání práce zemědělců	9	47 %	7 %
Větší význam rodinného života/soudržnosti	9	47 %	7 %
Větší zájem o domácí potraviny/biopotraviny	8	42 %	6 %
Lepší vztah ke zvířatům	7	37 %	6 %
Pochopení problémů zemědělců	6	32 %	5 %

20. Jaké ubytování preferujete (byste preferoval/a) během dovolené na agrofarmě?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Přímo na farmě	74	58 %
Chata	18	14 %
Hotel, penzion	18	14 %
Apartmán	13	10 %
V kempu	4	3 %
Hlavně pohodlí, pevná postel a soc. zařízení	1	1 %

21. O jaký způsob stravování máte (byste měl/a) zájem během dovolené na agrofarmě?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Polopenze	63	49 %
Plná penze	42	33 %
Možnost nákupu základních potravin	10	8 %
Snídaně	9	7 %
Žádné	3	2 %
Záleželo by na programu dovolené	1	1 %

22. Měli byste zájem o speciální akce (zabíjačky, oslavy, svatby, akce pro sportovce)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ano, mám zájem o speciální akce	95	74 %
Ne, nemám zájem	33	26 %

23. O které speciální akce byste měl/a zájem?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Lokální procentní vyjádření	Globální procentní vyjádření
Zabíjačka	54	57 %	42 %
Oslavy	48	51 %	38 %
Akce pro sportovce	23	24 %	18 %
Svatby	21	22 %	16 %
Činnosti spojené s běžným životem na farmě	1	1 %	1 %
Agroturisticé masáže	1	1 %	1%
Zvěřinové, vepřové hody, apod.	1	1 %	1 %
Folklórní události	1	1 %	1 %
Pracovní setkání	1	1 %	1 %

24. Které služby a akce byste na dovolené této formy rádi využívali?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ukázky a recepty tradiční kuchyně	76	60 %
Sportovní činnost (turistika, jízda na koni, plavání, cykloturistika apod.)	75	59 %
Seznámení se s tradičními řemesly (krajčářství, kovárny apod.)	69	54 %
Návštěva přírodních a kulturních zajímavostí	69	54 %
Exkurze (dílny tradičních řemesel, salaš, malé farmy, soukromé muzea apod.)	62	48 %
Účast na starostlivosti o hospodářská zvířata	59	46 %
Festivaly, venkovské zábavy, soutěže	52	41 %
Ukázky pěstování tradičních/zapomenutých odrůd bylinek, zeleniny, květin a ovoce	50	39 %
Ochrana lesů a krmení lesní zvěři	42	33 %
Vše bych zkusila	1	1 %

25. Kladete důraz na dopravní dostupnost zařízení při výběru vhodné agrofarmy (vzdálenost od zastávky autobusu či od vlaku)?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ano	52	41 %
Ne	48	38 %
Jak kdy (např. když cestuji s dítětem/děťmi preferuji krátkou vzdálenost)	28	22 %

26. Pohlaví respondenta.

Nabízení odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Žena	96	75%
Muž	32	25%

27. Uved'te prosím Váš věk (zařaďte se do příslušné věkové kategorie).

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
19 - 25 let	81	63 %
26 - 32 let	13	10 %
33 - 39 let	13	10 %
40 - 46 let	9	7 %
více než 60 let	6	5 %
18 let a méně	3	2 %
54 - 60 let	3	2 %

28. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání.

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
SOŠ (Střední odborná škola)	72	56 %
VŠ (Vysoká škola)	35	27 %
VOŠ (Vyšší odborná škola)	8	6 %
SOU (Střední odborné učiliště)	7	5 %
Bez vyučení	6	5 %

29. Jaký je Váš rodinný stav?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Svobodný/á	53	41 %
Svobodný/á, ale v trvalém vztahu	43	34 %
Ženatý/vdaná	22	17 %
Rozvedený/á	9	7 %
Vdovec/vdova	1	1 %

30. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Student	69	54 %
Zaměstnanec	34	27 %
Podnikatel/živnostník	11	9 %
Důchodce/důchodkyně	5	4 %
Nezaměstnaný/á	4	3 %
Mateřská/rodičovská dovolená	4	3 %
V invalidním důchodu	1	1 %

31. Z jakého jste kraje?

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Jihomoravský kraj	25	20 %
Zlínský kraj	16	13 %
Středočeský kraj	15	12 %
Jihočeský kraj	12	9 %
Hlavní město Praha	11	9 %
Královéhradecký kraj	11	9 %
Ústecký kraj	8	6 %
Olomoucký kraj	8	6 %
Plzeňský kraj	4	3 %
Moravskoslezský kraj	4	3 %
Karlovarský kraj	4	3 %
Kraj Vysočina	4	3 %
Pardubický kraj	4	3 %
Liberecký kraj	2	2 %

32. Počet dětí.

Nabízené odpovědi	Počet respondentů	Procentní vyjádření
0	100	78 %
2	16	13 %
1	7	5 %
3	5	4 %

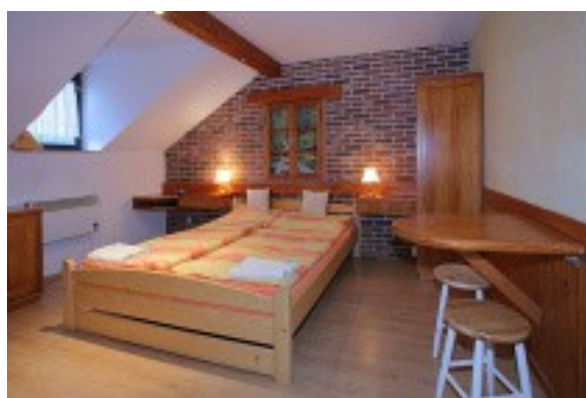
Příloha č. 3: Fotodokumentace agrofarem v ČR

Agrofarma Petříkův statek (obec Sovětice, region Hradec Králové, ČR)



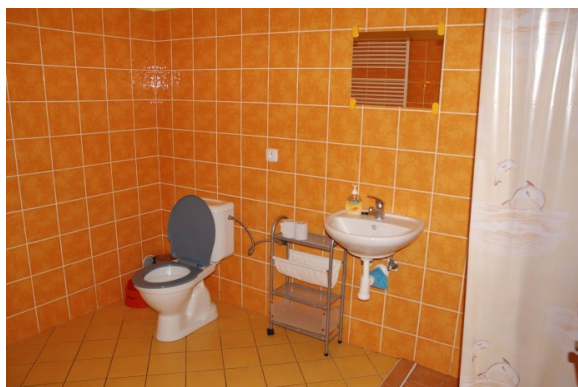
<http://www.ubytovani.cz/vychodni-cechy/sovetice/petrikuv-statek/5526/>

Ranč u Jelena (Moravský kras, ČR)



<http://www.rancujelena.cz/fotogalerie.php>

Agroturistika Malá Morávka (Jeseníky, ČR)



<http://kielarova.ecn.cz/galerie.htm>

Příloha č. 4: Fotodokumentace agrofarem v zahraničí

Ekofarma Gern (západní Tyrolsko, region Lechtaler Alpen, Rakousko)



http://www.nafarmu.cz/ubytovani/445_ekofarma-gern/

Farma MEZO (Sicílie, Itálie)





http://www.nafarmu.cz/ubytovani/407_farma-mezo/

Agrofarma Ranč F&A&H (osada Hodkovce, Slovensko)



<http://www.slovenskyraj.sk/ranch-fah.html>

Statek MONTECOTE (Vejer de la Frontera, Cádiz, Španělsko)



http://www.nafarmu.cz/ubytovani/481_statek-montecote/